

# Überzeugende Marketing-E-Mails schreiben



## Modul 1

**Die 6 Grundlagen, einladend und wert-  
schätzend zu schreiben**

**Checkliste und Arbeitsblätter**



## Ihre Checkliste zu Modul 1

- Interessieren Sie den Leser Ihrer E-Mail von Anfang an und langweilen Sie ihn nicht: **Verzichten** Sie auf typische **Vorreiter** („mit dieser Mail senden wir ...“) und **Amtsdeutsch-Floskeln**: „Bezug nehmend auf Ihre Anfrage vom ...“, „Wie gewünscht sende ich Ihnen hier ...“. Schreiben Sie besser: „Sie baten mich im heutigen Telefonat um ... Gerne gebe ich Ihnen hier ...“
- **Der erste Satz zählt!** Er sollte das Wichtige, das Neue, die Vorteile für den Empfänger enthalten. Danach kommen weitere Erklärungen.
- Laden Sie am **Schluss der E-Mail** den Leser ein, z. B. Kontakt aufzunehmen – aber ohne das amtsstubentrockene „zur Verfügung stehen“.
- Wenn Sie dem Kunden etwas **Negatives mitteilen**, verzichten Sie auf Wörter wie „leider“ und formulieren Sie positiv.
- Reagieren Sie auf **Kundenkritik** immer mit einer Entschuldigung, verfallen Sie nicht in eine Verteidigungshaltung und machen Sie konstruktive Vorschläge, wie Sie den Kunden zufriedenstellen können.
- Teilen Sie Ihr **eigenes Versäumnis** lösungsorientiert mit und legen Sie den Fokus nicht auf das Problem.



- Verfassen Sie eine aussagekräftige **Betreffzeile**, stellen Sie den wichtigsten Punkt an den Anfang, verzichten Sie auf Füllwörter. Denken Sie an die sichtbare Anzahl der Zeichen der meisten E-Mail-Provider. Nutzen Sie auch den **Pre-header** (Kopfzeile) für weitere Informationen. Verzichten Sie wegen des Spam-Filters auf Wörter wie *gratis* oder *kostenlos*.
  
- Schreiben Sie **kurz, lebendig** und **informativ**:
  - pro Satz nur eine wichtige Information
  - „-ung“-Wörter in dynamische Verben verwandeln
  - einfache, klare Wörter statt lange Zusammensetzungen, Fremdwörter, Fachjargon
  - mit dem Doppelpunkt Spannung in den Text bringen



## Ihr Powertraining zu **Lektion 1** und **Lektion 2**

Nehmen Sie sich für diese Übungen am besten ein wenig Zeit, um sich ganz in den Empfänger hineinzuversetzen. Stellen oder formulieren Sie die Mail-Texte so um, dass der Kunde nicht mit Floskeln und uninteressanten Fakten gelangweilt wird. Er soll ja das für ihn Wichtigste sofort erfassen können. Der erste Satz zählt! Und laden Sie ihn am Schluss ein – statt ihn mit Amtsdeutsch-Phrasen aus der Mail zu kicken.

### 1) *Hallo,*

*Fakt ist: Sehr viele Solo-Unternehmer wissen leider nicht, was Sie in Social Media posten sollen. Genau das führt aber oft dazu, dass dann meistens überhaupt nichts gepostet wird – einfach, weil es keine Strategie gibt und weil spontan nichts einfällt. Da ist viel Kundenerfolgspotenzial vertan.*

*Es gibt eine einfache Methode, immer ausreichend Inhalte für die verschiedenen Netzwerke parat zu haben. In meinem neuen Workbook zum Social-Media-Marketing bekommen Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie einen Redaktionsplan erstellen, der Ihnen viel Zeit spart ...*

### 2) *Sehr geehrter Kunde,*

*die Bank Nord-Süd muss mit ihren neuen Preisanpassungen vor allem auf die Niedrig- und Negativzinspolitik der Europäischen Zentralbank reagieren. Als einlagestarke Bank ist unsere Genossenschaft besonders davon betroffen. Deshalb haben wir uns zu Gebührenanpassungen bei unseren Kontomodellen entschlossen.*

*Die Bank Nord-Süd wird die Preise ihrer Girokonten zum 1. Januar 2019 erhöhen.*



*Die Kontoführungsgebühr für Ihr Girokonto beträgt ab dem 1. Januar 2020 monatlich 8,- €.*

*Alle Details zu unseren Kontomodellen und neuen Preisen haben wir auf unserer Webseite für Sie zusammengestellt.*

**3) Guten Tag,**

*im Rahmen der Sales-Marketing-Messe „Innovative Trends und Praxistipps für Marketing und Vertrieb“ gibt es das Live-Webinar „Social Selling mit Facebook“ am Donnerstag, 25.2.2020 von 10 bis 11 Uhr!*

*Auch in der zweiten Runde der Praxistipps im Vorfeld der Sales-Marketing-Messe 2020 präsentieren drei Top-Experten am Donnerstag, 25.2.2020 von 10 bis 11 Uhr jeweils einen sofort umsetzbaren Tipp zur Steigerung Ihres Marketing- und Vertriebserfolgs.*

*Mit Ihrer Anmeldung zum Webinar erhalten Sie automatisch Zugang zu allen folgenden Praxistipp-Webinaren und ein kostenfreies Messticket für die virtuelle Sales-Marketing-Messe vom 24. bis 28. Februar 2020.*

**4) Hallo,**

*vielen Dank für deine Bestellung! Wenn du irgendwelche Fehler feststellst oder Unterstützung benötigst, steht dir das WordPress.org-Supportforum mit seinen Helfern zur Verfügung unter: ...*

*Das WordPress-Team*



## Beispiellösungen zum Powertraining **Lektion 1** und **Lektion 2**

### 1) *Hallo,*

*eine tolle Neuigkeit für Sie: Mein brandneues Workbook fürs Social-Media-Marketing ist da! Hier bekommen Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie für Ihr Marketing einen Redaktionsplan erstellen, der Ihnen unglaublich viel Zeit spart.*

*Fakt ist: Sehr viele Solo-Unternehmer wissen leider nicht, was Sie in Social Media posten sollen. Genau das führt aber oft dazu, dass dann meistens überhaupt nichts gepostet wird – einfach, weil es keine Strategie gibt und weil spontan nichts einfällt. Schade. Da ist viel Kundenerfolgspotenzial vertan.*

*In meinem neuen Workbook lernen Sie eine ganz einfache Methode kennen, wie Sie immer ausreichend Inhalte für die verschiedenen Netzwerke parat haben.*

→ in der Ursprungsmail stehen am Anfang lange Erklärungen, dagegen ist das Wichtigste für den Empfänger, das neue Workbook des Anbieters, am Ende der Mail versteckt.

### 2) *Sehr geehrter Kunde,*

*um den umfangreichen Kontoservice für Sie wie gewohnt beizubehalten, wird die Bank Nord-Süd die Preise ihrer Girokonten zum 1. Januar 2019 erhöhen. Die Kontoführungsgebühr für Ihr Girokonto beträgt ab dem 1. Januar 2020 monatlich 8,- €.*

*Mit ihren Preisanpassungen reagiert die Bank Nord-Süd vor allem auf die Niedrig- und Negativzinspolitik der Europäischen Zentralbank. Als einlagestarke Bank ist*



*unsere Genossenschaft besonders davon betroffen. Deshalb haben wir uns zu Gebührenanpassungen bei unseren Kontomodellen entschlossen.*

*Alle Details zu unseren Kontomodellen und neuen Preisen haben wir auf unserer Webseite für Sie zusammengestellt.*

→ auch hier stehen am Anfang der Ursprungsmail Erklärungen, die den Kunden erstmal nicht interessieren. Die wichtigste Information, nämlich, dass sich die Kontoführungsgebühr für den Empfänger ändert, sollte zu Beginn stehen.

### **3) Guten Tag,**

*exklusiv für Sie: Live-Webinar „Social Selling mit Facebook“ am Donnerstag, 25.2.2020 von 10 bis 11 Uhr! Dieses Webinar ist Teil der virtuellen Sales-Marketing-Messe „Innovative Trends und Praxistipps für Marketing und Vertrieb“.*

*Mit Ihrer Anmeldung erhalten Sie ein kostenfreies Messticket für die Sales-Marketing-Messe vom 24. bis 28. 2.2020 und automatisch Zugang zu allen folgenden Praxistipp-Webinaren.*

*Im Live-Webinar am 25.2.2020 präsentieren drei Top-Experten jeweils einen sofort umsetzbaren Tipp zur Steigerung Ihres Marketing- und Vertriebs Erfolgs. Seien Sie dabei, es lohnt sich!*

→ der Bonus für den Empfänger, der ihn zum Anmelden für das Webinar motivieren soll, nämlich kostenfreies Messticket und Zugang, steht in der Ursprungsmail zu weit unten.



**4) Hallo,**

*... Wenn du irgendwelche Fehler feststellst oder Hilfe benötigst, melde dich einfach im WordPress.org-Supportforum: ...*

*Die Helfer sind 12 Stunden am Tag für dich da.*

*Das WordPress-Team*

→ „Zur Verfügung stehen“ – ein No-Go. Wir haben hier auch noch das steife „ung“-Nomen „Unterstützung“ ersetzt durch „Hilfe“. So bekommt der hässliche Amtsdeutsch-Stil keine Chance.





## Ihr Powertraining zu **Lektion 3**

Die folgenden E-Mails enthalten eine negative Nachricht für den Kunden oder reagieren auf Kundenkritik. Wie Sie sehen werden, sind die Texte weder lösungsorientiert noch kundenfreundlich oder verständnisvoll. Formulieren Sie sie deshalb um.

### 1) Guten Tag Herr Müller,

*die weitaus meisten Mitglieder unserer Community haben den Jahresbeitrag fristgerecht bezahlt. Für dieses Zeichen der Solidarität bin ich sehr dankbar.*

*Bei Ihnen habe ich noch keinen Eingang Ihres Beitrags feststellen können. Ich hatte Sie gebeten, den Betrag von xy Euro auf das Konto xxx bei der Nord-Süd-Bank zu überweisen. Ich kann die Angelegenheit nicht einfach auf sich beruhen lassen, das wäre ungerecht gegenüber den anderen Mitgliedern, die bereits bezahlt haben.*

*Ich bitte Sie deshalb um umgehende Zahlung.*

### 2) Guten Tag Frau Meyer,

*vielen Dank für Ihre Anfrage. Leider können wir aber zur Zeit keine neuen Aufträge mehr annehmen. Bis Ende April sind wir vollkommen ausgebucht. Gerne können Sie uns Ihre Anfrage ab Mai noch einmal senden.*

### 3) Hallo Herr Muster,

*Danke für Ihre Nachricht. Schade, dass Sie mit meinem Produkt nicht zufrieden sind. Jedoch haben Sie vorab die Produktbeschreibung bekommen und mussten so*



*wissen, was Sie erwartet. Sie können selbstverständlich von Ihrem Rückgaberecht Gebrauch machen ...*



## Beispiellösungen zum Powertraining **Lektion 3**

### 1) Guten Tag Herr Müller,

*ja, der Alltagstrubel hat einen manchmal fest im Griff. [Wichtig hier: sich in den Kunden hinein fühlen, Verständnis zeigen] Vielleicht ist Ihnen deshalb auch die Zahlung des Jahresbeitrags durchgerutscht. Da die meisten Mitglieder schon bezahlt haben, bitte ich Sie, den Betrag noch zu überweisen auf das Konto xxx bei der Nord-Süd-Bank. Vielen Dank.*

### 2) Guten Tag Frau Meyer,

*haben Sie vielen Dank für Ihre Anfrage. Gerne würden wir Ihnen eine andere Nachricht geben, doch zur Zeit arbeiten wir an so vielen Aufträgen, dass wir bis Ende April ausgebucht sind. Da wir uns immer auf neue Herausforderungen freuen, senden Sie uns doch bitte Ihre Anfrage ab Mai noch einmal zu. Wir sind jetzt schon gespannt auf die neue Aufgabe.*

→ Statt „leider“ haben wir „gerne“ verwendet. So fühlt sich der Kunde willkommen und wird motiviert, tatsächlich zu warten und die Anfrage noch einmal zu schicken. Und nach der freundlichen (!) Aufforderung bekräftigt der Absender nochmals, dass er sich auf den Auftrag freut: „*Wir sind jetzt schon gespannt auf die neue Aufgabe.*“ Das stellt eine Beziehung zum Kunden her und schafft Verbindlichkeit.



**3)** *Hallo Herr Muster,*

*haben Sie vielen Dank für Ihre Nachricht. Jedes Feedback ist mir wichtig. Es tut mir wirklich leid, dass Sie eine so enttäuschende Erfahrung mit meinem Produkt gemacht haben. Sie schreiben ... Vielleicht könnten wir ... Wären Sie zufrieden, wenn ...*



## Ihr Powertraining zu **Lektion 4**

In den folgenden E-Mails werden dem Kunden Versäumnisse des Absenders mitgeteilt. Die Texte betonen mehrheitlich das Versäumnis. Das lässt den Absender unsicher erscheinen und wirkt beim Kunden nicht gerade vertrauenerweckend. Formen Sie deshalb die Texte um und denken Sie daran, möglichst positiv und lösungsorientiert zu formulieren.

**1)** *Hallo Herr Schmitz,*

*leider habe ich Ihre Mail gerade erst gesehen. Deshalb melde ich mich erst jetzt.  
Hier ist nun das Angebot ...*

**2)** Sie haben in Ihrem letzten Newsletter eine falsche Information gegeben:

*Hallo Frau Müller,*

*Sie haben recht. Tut mir leid, da ist mir wirklich ein Schreibfehler unterlaufen. Richtig muss es heißen: ...*

**3)** Es geht um einen Kunden-Termin, den Sie nicht wahrnehmen können:

*Guten Tag Frau Maier,*

*leider klappt bei mir der 3.3. nicht. Könnten wir den Termin vielleicht auf den 5.3. verschieben?*



---

## Beispiellösungen zum Powertraining **Lektion 4**

1) *Hallo Herr Schmitz,*

*vielen Dank für Ihre Geduld. Hier ist es nun: das Angebot ...*

2) *Hallo Frau Müller,*

*haben Sie vielen Dank für Ihren Hinweis und Ihre aufmerksame Lektüre. Sie haben recht, es muss heißen: ...*

3) *Guten Tag Frau Maier,*

*jetzt ist mir am 3.3. tatsächlich etwas dazwischengekommen. Geht es für Sie auch am 5.3.? Das wäre toll! Und vielen Dank für Ihr Verständnis.*



---

## Ihr Powertraining zu **Lektion 5**

Die folgenden Betreffzeilen sind recht lang. Formulieren Sie sie kürzer und schreiben Sie jeweils auch einen kurzen Preheader (Kopfzeile) dazu mit weiteren Informationen für den Empfänger. Denken Sie auch an den Spam-Filter!

**1)** *Entscheiden Sie sich bis spätestens Sonntag, dann sparen Sie bares Geld:*

*Es gibt 20 % Rabatt extra!*

**2)** *Das ausführliche Workbook „So gewinne ich mehr Kunden“ gratis für Sie als Seminar-Teilnehmer*

**3)** *Wissen Sie, warum Ihr Newsletter nicht so funktioniert, wie Sie es sich wünschen?*



## Beispiellösungen zum Powertraining **Lektion 5**

### 1) *20% Rabatt extra – schnell sein lohnt sich!*

→ Jetzt steht die wichtigste Information am Anfang.

[Preheader] *Nur wenn sie sich bis Sonntag, 8.10., entscheiden, sparen Sie noch einmal bares Geld.*

### 2) *Ihr Geschenk: Das Workbook „So gewinne ich mehr Kunden“!*

→ Das Wort „gratis“ sollte im Betreff nicht vorkommen, da es meistens im Spam-Filter hängenbleibt und die E-Mail so im Spam-Ordner des Empfängers landet.

[Preheader] *Sie arbeiten im Vertrieb oder sind EinzelunternehmerIn? Dann helfen Ihnen diese fünf erprobten Strategien beim Neukunden-Gewinn.*

### 3) *Darum funktioniert Ihr Newsletter nicht!*

→ Dieser Betreff-Text ist kurz und knackig wie ein Zuruf und weckt dadurch viel leichter die Neugier des Empfängers als die ursprüngliche Betreffzeile.

[Preheader] *Die Öffnungsrate Ihres Newsletters ist bescheiden? Das könnte an diesen sieben Kardinalfehlern liegen.*





## Ihr Powertraining zu **Lektion 6**

Die folgenden Übungssätze orientieren sich an der Reihenfolge der vier Kapitel in Lektion 6. Zu jedem Kapitel gibt es zwei Stilübungen. Kurz zur Erinnerung der wichtigste Punkt eines jeden Kapitels:

1. Bringen Sie möglichst nur EINE wichtige Information im Satz unter; für die nächste Information bauen Sie einen neuen Satz.
2. Wandeln Sie „-ung“-Hauptwörter möglichst in dynamische Verben um.
3. Formen Sie, wenn möglich, lange, zusammengesetzte Hauptwörter um.
4. Nutzen Sie den Doppelpunkt, um Spannung zu erzeugen.

Machen Sie nun aus den folgenden acht Sätzen leserfreundliche, Neugier und Interesse weckende Texte.

**1)** *In unserem Tochter-Unternehmen werden Reinigungsanlagen für die metallverarbeitende Industrie gefertigt, die deutlich weniger Energie als viele ähnliche Anlagen am Markt verbrauchen und so dabei helfen, Ressourcen zu schonen.*

**2)** Der folgende Satz hat es in sich, aber Sie schaffen es sicherlich, daraus einen leicht lesbaren Text zu bauen. :-). Nehmen Sie sich ein wenig Zeit dafür. Ziehen Sie am besten zuerst die Hauptinformation heraus und machen Sie damit einen ersten eigenen Satz. Den können Sie auch ein wenig umformulieren, es handelt sich schließlich um einen Werbetext für den Kunden. Dann schauen Sie, was die nächste Information ist und geben ihr wieder einen eigenen Satz.



---

*Auch für Personen, die über Eigenkapital verfügen, das sie aber nicht komplett in die Baufinanzierung stecken wollen, um noch finanziellen Spielraum für Urlaub und Konsumwünsche zu haben, ist eine Vollfinanzierung sinnvoll.*

**3)** *Die Nutzung von Technologie zur Automatisierung der Produktion von individueller Werbung wird künftig auf Basis von Daten erfolgen, die in Echtzeit gesammelt werden.*

**4)** *Die Verringerung der Zahl unserer Filialen ist eine wichtige Maßnahme zur Sanierung unseres Unternehmens.*

**5)** *Liebe Kunden,*

*wir danken Ihnen für Ihre weiterhin hohe Spenden- und Investitionsbereitschaft.*

**6)** *Anspruchsvolle Brandschutz- und Umweltschutzvorschriften verzögern weiterhin den Ausbau der Werkshalle.*

**7)** *Der größte Vorteil für Sie ist, dass Sie nun Ihren Text für sich arbeiten lassen können.*

**8)** *Was man nicht vergessen darf ist, dass sich so auch kleinere Unternehmen diese Art von Marketing leisten können.*



## Beispiellösungen zum Powertraining **Lektion 6**

**1)** Wir haben hier drei Hauptinformationen und geben diesen jeweils einen eigenen Satz – so wird der Text höchst leserfreundlich und schnell erfassbar:

*In unserem Tochter-Unternehmen werden Reinigungsanlagen für die metallverarbeitende Industrie gefertigt. Sie verbrauchen deutlich weniger Energie als viele ähnliche Anlagen am Markt. So helfen sie dabei, Ressourcen zu schonen.*

**2)** Worum geht es? Um das Bewerben der Vollfinanzierung. Das sollte dann auch am Anfang stehen: *Eine Vollfinanzierung lohnt sich in jedem Fall.* Für wen? Auch für Personen, die über Eigenkapital verfügen: *Sogar für Personen, die über Eigenkapital verfügen.* Diese Personen wollen das Kapital aber nicht komplett in die Baufinanzierung stecken: *Denn viele wollen das Eigenkapital nicht komplett in die Baufinanzierung stecken.* Warum? *Lieber haben Sie dank der Vollfinanzierung noch finanziellen Spielraum für Urlaub und Konsumwünsche.* In diesem letzten Satz kann das wichtige Wort *Vollfinanzierung* ruhig noch einmal wiederholt werden.

Und so sieht der komplette Text dann aus, wenn jede Information ihren eigenen Satz bekommt:

*Eine Vollfinanzierung lohnt sich in jedem Fall – sogar für Personen, die über Eigenkapital verfügen. Denn viele wollen das Eigenkapital nicht komplett in die Baufinanzierung stecken. Lieber haben sie dank einer Vollfinanzierung noch finanziellen Spielraum für Urlaub und Konsumwünsche.*



Leserfreundlich? Aber hallo! Zum direkten Vergleich hier der ursprüngliche Bandwurmsatz:

*Auch für Personen, die über Eigenkapital verfügen, das sie aber nicht komplett in die Baufinanzierung stecken wollen, um noch finanziellen Spielraum für Urlaub und Konsumwünsche zu haben, ist eine Vollfinanzierung sinnvoll.*

**3)** Wir wandeln die „Nutzung“ und „Automatisierung“ in dynamische Verben um: *nutzen, automatisieren*. Und wir geben jeder Information wieder einen eigenen Satz:

*Wir nutzen künftig eine Technologie, die uns unterstützt, individuelle Werbung automatisch zu produzieren. Das geschieht auf Basis von Daten, die in Echtzeit gesammelt werden.*

**4)** *Wir werden die Zahl unserer Filialen verringern. Das ist eine wichtige Maßnahme, um unser Unternehmen zu sanieren.*

**5)** *Liebe Kunden,*

*wir danken Ihnen, dass Ihre Bereitschaft, zu spenden und zu investieren, weiterhin hoch ist. Oder: Wir danken Ihnen, dass Sie weiterhin bereit sind, zu spenden und zu investieren. („Investitionsbereitschaft“ – was für ein Holper-die-stolper-Wort, erst recht für jemanden, der lispelt.)*

**6)** *Anspruchsvolle Vorschriften für Brand- und Umweltschutz verzögern weiterhin den Ausbau der Werkshalle.*



- 7)** *Der größte Vorteil für Sie: Nun können Sie Ihren Text für sich arbeiten lassen.*
- 8)** *Was man nicht vergessen darf: Auch kleinere Unternehmen können sich so diese Art von Marketing leisten.*