

25 Wörter, mit denen Sie Ihren Betreff sofort interessanter schreiben.

Diese 25 Wörter machen neugierig, sie decken unsere Interessens- und Kaufmotive ab.

Sie versprechen etwas – das wir dann aber auch halten müssen!

- 1. Du / Sie** - Sprechen Sie direkt mit Ihren Lesern und Leserinnen, und lassen Sie sie wissen, dass Sie niemanden außer ihnen meinen. Unpersönliche Ansprachen wie „man“ funktionieren einfach nicht so gut wie die direkte und persönliche Anrede.
- 2. Weil** - Vor allem, wenn Sie etwas verkaufen wollen, müssen Sie Ihren LeserInnen einen Grund geben – und das klappt am besten, indem Sie ihnen mit „weil“ erklären, warum sie etwas kaufen sollen (oder auf einen Button klicken, etc.).
- 3. Gratis** - Zugegeben, manche Leute halten das Wort „gratis“ für überstrapaziert. Aber mal ehrlich: Wenn es sich um eine gute Sache handelt, die wir alle gebrauchen können... warum ist es dann schlecht, wenn es „gratis“ ist?
- 4. Mehrwert** - Wenn es einen nützlichen „Mehrwert“ gibt, dann sind wir eher bereit, etwas zu geben, um den „Mehrwert“ zu bekommen – zum Beispiel die eigene E-Mail Adresse, um ein E-Book oder ein Dokument downzuloaden.
- 5. Garantiert** - Wenn Sie eine Garantie auf etwas geben, dann signalisieren Sie, dass es kein Risiko und somit nichts zu verlieren gibt – nur etwas zu gewinnen!
- 6. Verblüffend** - Jeder will Dinge sehen, die ihn (oder sie) verblüffen. Wenn Sie in Ihrem E-Mail also genau etwas in der Art zu bieten hast, dann können Sie es auch ruhigen Gewissens als „verblüffend“ bezeichnen.
- 6. Leicht** - Das ist so ähnlich wie mit „gratis“. „Leicht“ ist eben ist einfacher als schwierig – und mir fällt spontan niemand ein, der den schwierigen Weg bevorzugt, wenn es auch einen leichten Weg gibt.
- 8. Entdecken** - „Entdecken“ heißt, dass es Neuigkeiten gibt, die eben entdeckt werden wollen. So gut wie jeder Mensch ist neugierig und will wissen, was es Neues gibt.
- 9. Jetzt** - Klappt immer gut, wenn Sie eine bestimmte Aktion provozieren wollen. „Klick jetzt auf den Button“ – nicht gleich, nicht morgen, nicht nächste Woche... sondern „jetzt“!
- 10. Inklusive** - Wenn etwas „inklusive“ ist, dann müssen wir nicht anderswo danach suchen. Mit „inklusive“ signalisieren Sie, dass es bei Ihnen alles an einem Ort gibt.

- 11. Niemals** - Mag auf den ersten Blick negativ erscheinen, doch wenn es um die Lösung für ein Problem geht und dieses Problem dann „niemals“ wieder auftritt – dann ist das positiv.
- 12. Neu** -Wenn etwas „neu“ ist, dann ist es oft auch anderen vergleichbaren Dingen in der Entwicklung voraus. Und ganz unabhängig davon: Die meisten Menschen interessieren sich für neue Dinge – oder ist Ihr Smartphone wirklich noch von 2009?
- 13. Sparen** - Geld. Zeit. Nerven... all das „sparen“ wir doch gern, oder? Besser gesagt: Ich kenne niemanden, der ein gutes Angebot ausschlägt, wenn er dabei etwas „sparen“ kann!
- 14. Bewährt** - Dieses Wort können Sie vor allem dann einsetzen, wenn Sie deutlich darauf aufmerksam machen wollen, dass zum Beispiel Ihr Produkt auf Herz und Nieren getestet wurde und sich schon bei einer großen Menge zufriedener Kunden im Einsatz befindet: Dinge, die sich „bewährt“ haben, werden fast immer bevorzugt.
- 15. Sicher** - Funktioniert ähnlich wie „garantiert“ oder „bewährt“. Wenn ich mir zum Beispiel einer Sache „sicher“ bin, dann hält mich auch nichts mehr davon ab, eine bestimmte Aktion durchzuführen.
- 16. Effektiv** - Wenn wir „effektiv“ arbeiten, dann erzeugen wir mit unserer Arbeit die größtmögliche Wirkung.
- 17. Stark** - Stärke gibt Sicherheit. Deshalb können Sie dieses Wort gut in diesem Zusammenhang einsetzen.
- 18. Echt** - Wir Menschen finden echte Dinge wesentlich spannender als erfundene. Wir erzeugen damit mehr Glaubwürdigkeit.
- 19. Geheimnis** - Es gibt Leute, die haben ein „Erfolgsgeheimnis“, weil sie die Dinge anders als andere Menschen anpacken. Wenn Sie ein „Geheimnis“ kennen, das Sie verraten wollen, dann tun Sie das. Aber beachten Sie, dass Sie dann auch wirklich liefern müssen!
- 20. Sofort** - Warten Sie gerne? Kaum jemand. „Sofort“ funktioniert immer dann, wenn Sie auch wirklich etwas im Angebot haben, dass sich „sofort“ umsetzen lässt.
- 21. Wie** - Bekannt von den klassischen Anleitungartikeln, die es haufenweise im Internet gibt – sie beginnen immer mit „Wie du.../ Wie Sie ...“ und erklären dann, wie etwas funktioniert oder anzuwenden ist. Das Prinzip funktioniert sehr gut, denn wenn eine Sache richtig erklärt und so ein Problem gelöst wird, dann sind wir zufrieden (weil das Problem weg ist).

- 22. Premium** - Wenn Ihr Angebot „Premium“ ist, dann solltest du das auch so kommunizieren. Achtung! Das müssen Sie natürlich auch halten können.
- 23. Mehr** - Bieten Sie „mehr“ als Ihre Konkurrenz? Dann halten Sie damit nicht hinter dem Berg, sondern erzählen Sie, was Sie „mehr“ im Angebot haben!
- 24. Grund** - Wenn Sie einen Grund für den Erfolg Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung erklären und begründen können, dann verspricht das Erfolg.
- 25. Beeindruckend** - Dinge, die „beeindruckend“ sind, sehen wir nicht jeden Tag. Wenn Sie also selbst etwas zu bieten haben, dass beeindruckend ist, dann können Sie dieses Wort ruhigen Gewissens nutzen.

Angeregt von Björn Tantau, leicht adaptiert

<http://bjoerntantau.com/25-woerter-ueberschriften-verbessern-03112015.html>

Weitere Tipps, wie Sie die Macht der Emotionen nutzen und mit E-Mails verblüffend einfach mehr erreichen, finden Sie im Buch „Konfliktfalle E-Mail“ von Michaela Kellner & Andrea Khom

