

Bitte keine Reklame

Storytelling für Werbetext

Text-Training vom 31. März – 1. April 2011 in Berlin

Achtung!

Sie lesen einen Werbetext. Er wird Ihr weiteres Denken, Handeln und Schreiben beeinflussen. Leider ist er nur zum Teil gut. Welchen Teil streichen Sie und welchen Teil schreiben Sie neu?

*Wir brauchen einen Werbetext der verkauft! Eine Schlagzeile, die unsere Konkurrenz pulverisiert, fordert Ihr Chef. Wie wäre es mit: Exklusive Spitzentechnik ist unser größtes Know-how? **Was streichen Sie?** Streichen Sie *exklusiv, Spitzentechnik und größtes Know-how*. Werbetexte liest doch keiner! stöhnt ein genervter Kollege. Das Meiste davon ist sowieso Bullshit, denkt der Konsument! Was bleibt da noch? Nichts! Wo nur Worthülsen stehen und keine Idee für Aufmerksamkeit sorgt, bleibt nichts im Gedächtnis.*

90 Prozent der deutschen Werbetexte sind

Bullshit

Sie schreiben oder beurteilen Produkt-, Werbe- und Verkaufstexte? Sie möchten, dass Ihre Broschüren, Newsletter, Mails, Anzeigen oder Briefe wieder gelesen werden? Ihr Gefühl sagt Ihnen: *Das hört sich immer gleich an?* Die Texte sind gespickt mit Phrasen, Floskeln und Worthülsen, noch dazu angereichert mit Klischees und Fachchinesisch? Der Textaufbau ist problematisch? Versprechen und Botschaft bleiben unverständlich und unkonkret? Die Gestaltung ist ideenlos? Ende der Werbegeschichte!

Story wirkt

Viele Fragen, viele gute Lösungen. Ideen sind die Träger der Werbebotschaft. Wirkungsvoller Text erzählt eine Geschichte. Dramatischer Werbetext wird lieber gelesen und besser erinnert. *Ja, aber ist das nicht unseriös?* Nein, eine Geschichte versteht jeder. Die Story trifft die Kaufmotive der Zielgruppe und steigert die Faszination der Marke. Bildhafte, emotionale und konkrete Werbetexte sind ein Wettbewerbs- und Verkaufsvorteil. Gute Textgestaltung grenzt Unternehmen von der Konkurrenz ab und ist ein Imagegewinn. Erzählen und berühren, statt beschreiben und erklären ist ein Weg aus der Textkrise.

Das Drama funktioniert

Vielleicht ist heute der Anfang von etwas Großem. Im Texttraining *Storytelling für Werbetexte* erfahren Sie, wie man eine packende Geschichte in der Headline und im Fließtext schreibt. Sie erzielen Wirkung durch dramatische Gestaltung und erfinden neue Textperspektiven für alte Themen. Sie verbessern Ihren Stil, entwerfen Textstrukturen und die Argumentation Ihrer Verkaufsstory.

Falls Sie nicht schreiben

wollen oder müssen, hilft Ihnen das zweitägige Training bei der Beurteilung von Texten. Sie erhalten Entscheidungshilfen und erfahren, worauf es beim Schreiben von Produkt-, Werbe- und Verkaufstexten ankommt. Sie finden Lösungen für die Moderation der Textgestaltung.

Happy end

Das zweitägige Training liefert Ihnen **Stilkunde**, **Dramaturgie** und **Kreativtechniken** für wirkungsvolle Werbetexte. Die Trainingsinhalte dienen allen Branchen und Textsorten, Print und Online. Wir führen Sie systematisch zum Storytelling. Im Training können Ihre Produkt-, Werbe- und Verkaufstexte analysiert werden. Darüber hinaus werden Sie im Training eigene Werbetexte erarbeiten.

31. März – 1. April in Berlin

Storytelling für Werbetext

Das Training findet in Berlin statt. Achtung! Die Teilnehmerzahl ist auf 10 Personen beschränkt. Der Preis für zwei Tage beträgt 1.200,00 Euro zzgl. 19% MwSt. Das Training startet an beiden Tagen um 9.00 Uhr und endet jeweils um 17.00 Uhr. Anmeldeschluss ist 18. März 2011.

Kontakt und Story am Telefon: 030 - 715 01 01. Online-

Anmeldung: www.creativegame.de

Ihr Trainer



Dr. phil. Albert Heiser studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, GWK, an der Universität der Künste, UdK, Berlin. Er arbeitete als Werbetexter und Kreativ Direktor bei den Agenturen Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi, Dorland/Grey. Albert Heiser wurde für seine kreativen Leistungen vielfach ausgezeichnet. Er ist u.a. Dozent an der UdK, HTW und an der ZHdK Zürich. 2001 gründete er das Creative Game Institut. Albert Heiser berät bei der Konzeption von Werbekampagnen und dem Management kreativer Prozesse. Er trainiert Unternehmen in den Bereichen Text, Grafik und Werbefilm.

Buchveröffentlichungen: ***Bullshit Bingo***, Storytelling für Werbetexte. ***Bleiben Sie dran***, Die Konzeption, Produktion und Postproduktion von Werbespots, -filmen und Virals. ***Das Drehbuch zum Drehbuch***, Erzählstrategien für Werbespots -filme und Virals.