

## Osterchüechli sind etwas Persönliches

Weil Ostern vor der Tür steht und damit die ganze Fülle an Traditionen uns Konsumenten wie eine Flutwelle überrollt, gibt's meinen Newsletter vor dem fröhlichen Eier suchen. Bei uns in der Familie disputieren wir uns alljährlich über die besten Osterchüechli. Reis-, Griess- oder Paidol-Füllung, mit oder ohne eingelegte Rosinen, Mandeln oder Zitronenzeste, Blätter- oder Mürbeteig? Die Meinungen sind so vielfältig wie es Varianten gibt, welche als Mehlspeise ja eigentlich alle Voraussetzungen für das Einhalten der Fastenzeit erfüllen.

Es sind die Erinnerungen an Gerüche und Gaumenerlebnisse, die dazu führen, dass meinem jüngeren Bruder Peter die eher geschmeidige, zitronige Variante vom orangen Grossverteiler seit Jahrzehnten am besten schmeckt. Sie flutscht einfach wohligherunter und lässt wie bei Prousts Madeleine allerlei Kindheitserlebnisse aufkommen, die nicht nur die Mundhöhle beglücken, sondern auch das allgemeine Wohlbefinden kurzfristig erhöhen.

Selber versuche ich mich immer wieder an selbstgebackenen Varianten, meist aus zartem Mürbeteig und Reisfüllung. Auch das mit Puderzucker hingestäubte Hasenmotiv fehlt nicht. Das Resultat erhält - aus Überzeugung oder Anstand sei dahingestellt - ansehnliche Komplimente, die mich freuen und zur Wiederholung anspornen. Doch seien wir ehrlich, das Lieblings-Osterchüechli (die lange Wortkomposition sei mir hier verziehen) ist und bleibt jenes aus der Grossbäckerei, mindestens für meinen lieben Bruder...

Heute ist Schritt Nr. 4 der **6 Schritte zur Textredaktion** angesagt. Er handelt vom persönlichen Schreiben.

1. Streichen (Newsletter Nr. 1 / 2019)
2. Kürzen (Newsletter Nr. 2 / 2019)
3. Lebendiger Schreiben (Newsletter Nr. 3 / 2019)
4. **Persönlicher Schreiben**
5. Bildhafter Schreiben
6. Zusätzliche Verstärker setzen

**Persönlichere Texte bringen mehr Nähe zum Empfänger.** Heute geht es weniger um inhaltliche Aussagen, als vielmehr um die Gestaltung eines Textes, der ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen soll. - Die Erwähnung (1- bis 3-mal) des Empfängernamens bringt uns eine fünffache Verstärkung der Wirkung. *Testimonials* von bestehenden Nutzern sind ebenfalls Gold wert. Das kann ein Dankeschreiben eines begeisterten Kunden oder ein Erfolgserlebnis eines zubereiteten Rezeptes sein, um bei meinem Lieblingsthema Kulinarik zu bleiben. Schliesslich wirkt ein Hinweis auf einen gemeinsamen Nenner ebenfalls positiv. Sind Interessen, Ziele oder Kunden gemeinsam, erwähnen Sie es. Das stärkt das soziale Bedürfnis nach Sicherheit und Dazugehören.

Sie suchen Unterstützung beim Texten? Rufen Sie mich an.

Newsletter 04 von aber relations - 04/2019