

A close-up profile of a woman's face, looking slightly upwards and to the right. She has a cherry in her mouth, which is the focal point of the image. The background is plain white.

**Low  
Budget  
Werbung  
mit  
AHA  
Effekt**

[www.werbetherapeut.com](http://www.werbetherapeut.com)

Ebook-Edition



DER WERBE-  
THERAPEUT  
www.werbetherapeut.com  
1020 Wien, Rembrandstr. 23/5, Tel./Fax: 0043/133 20 234  
werbetherapeut@chello.at, Handy: 0043/699 133 20 234

## LOW BUDGET WERBUNG mit AHA Effekt

Quelle: <http://kmu.telekom.at/NewsInfo/>

- Kapitel 1: Low-Budget-Werbung - mit AHA-Effekt!
- Kapitel 2: Sechs goldene Werbetipps fürs kleine Budget
- Kapitel 3: Anzeigen - klein aber oho!
- Kapitel 4: Schnell und erfolgversprechend: der Werbebrief!
- Kapitel 5: Besser werben im WWW

---

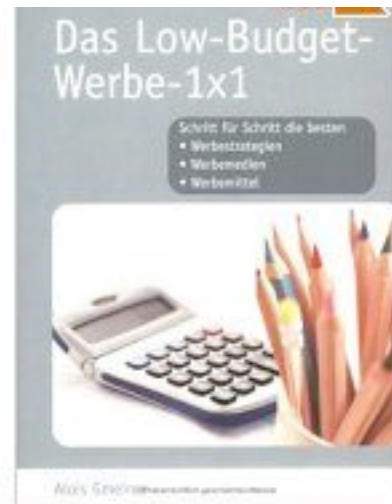
## Kapitel 1: Low-Budget-Werbung - mit AHA-Effekt!

### Kleiner Einsatz, große Wirkung: So gelingt Werbung mit schmalem Budget!

Sind Sie Unternehmensgründer oder Kleinunternehmer und wollen Sie für sich werben? Wissen Sie, was eine Anzeige im Hochglanzmagazin kostet? Oder ein 30-Sekunden-TV-Spot zur Prime-Time? Müssen Sie auch nicht wissen.

Denn: Viel Geld in Werbung stecken kann jeder. Die Kunst jedoch besteht darin, mit wenigen Mitteln **große Aufmerksamkeit** zu erregen. Dazu brauchen Sie pfiffige Ideen und fachliches Know-How darüber, wann, wo und wie man das wenige Pulver am besten verschießt.

In seinem neuen Buch "**Das Low-Budget-Werbe-1x1**" verrät der österreichische Werbe-Profi Alois Gmeiner **Schritt für Schritt die besten Werbestrategien und Werbemittel für Selbständige und Kleinunternehmer**. Der Autor betont in seinem 270 Seiten starken Buch immer wieder, wie wichtig es ist, den Kundenvorteil zu kommunizieren und anders zu sein, als die anderen. Dieser interessant und verständlich geschriebene Ratgeber mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis zeigt, dass man auch mit kleinem Budget **erfolgreiche Werbung** machen kann.



### Lesen Sie jetzt mehr über große Werbestrategien mit Mini-Budget!

#### Buchtipp:

Alois Gmeiner: Das Low-Budget-WERBE-1x1. redline Wirtschaft. EUR 16,40.

#### Quelle und mehr:

Ideenmanufaktur - die Website von Alois Gmeiner ([ideenmanufaktur.info](http://ideenmanufaktur.info))

Gandke: Guerilla-Marketing ([gandke.de](http://gandke.de))

---

## Kapitel 2: Sechs goldene Werbetipps fürs kleine Budget

**Werbung ist keine Frage des Budgets - sondern der Ideen!  
Diese sechs goldenen Regeln funktionieren wirklich!**

**Goldener Tipp 1: Denken Sie nicht an den eigenen Vorteil, denken Sie an den Vorteil Ihrer Kunden!**

Erst dann, wenn jemand in Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung oder in der Werbeaussage, die Sie über Ihr Produkt verbreiten, einen Vorteil für sich erkennt, wird er auch zum Kunden.

**Goldener Tipp 2: Anders als die anderen!**

Versuchen Sie niemals, sich ähnlich wie Ihr Konkurrent zu verkaufen oder zu präsentieren. Auffällig ist, was anders ist! Und Sie sind doch schließlich auch ... einzigartig!



**Goldener Tipp 3: Wenn Sie zur richtigen Zeit das richtige Produkt der richtigen Zielgruppe anbieten, ist es eigentlich egal, ob die Gestaltung Ihrer Werbung gut oder schlecht ist.**

Eine Erkenntnis der Low-Budget-Werbung: Entscheidend sind heute die "inneren und kommunizierten Vorteile": Sie machen Ihr Produkt zu einem "Muss" für Ihre Zielgruppe.

**Goldener Tipp 4: Kontinuität geht vor Kreativität**

Wenn Sie einmal Ihren Werbestil gefunden haben, bleiben Sie dabei. Immer alles ändern bringt gar nichts. Lieber weniger kreativ, aber dafür konsequent und erfolgreich.

**Goldener Tipp 5: Sagen Sie was - tun Sie was!**

Etwas gute Werbung ist besser als viel schlechte Werbung! Mit Low-Budget-Werbung haben kleine Anbieter die gleichen Chancen wie die großen internationalen Konzerne.

**Goldener Tipp 6: Werbekontrolle ist Bargeldkontrolle!**

Überprüfen Sie ständig, ob und wo Ihre Werbung funktioniert und wo nicht. Besser können Sie Ihr Werbebudget nicht verwalten.

Quelle und mehr:

Alois Gmeiner: Das Low-Budget-Werbe-1x1. redline Wirtschaft. EUR 16,40.

---

## Kapitel 3: Anzeigen - klein aber oho!

### **Klein, aber auffällig: Information für Ihre Kunden!**

Anzeigenraum ist teuer. Ihre Anzeigen müssen daher in erster Linie **klein und auffällig** sein. Und: Ihre Anzeige muss einen wesentlichen **Vorteil für den Kunden** haben - **Information**.

### **Darauf kommt es bei Anzeigen an:**

#### **Größe: Zahlreiche kleine Anzeigen sind besser als eine große!**

Ein ungewöhnliches Anzeigenformat kann bereits zu der gewünschten hohen Auffälligkeit führen und Sie damit anders als die anderen machen. Und denken Sie daran: Kontinuität geht vor Kreativität. Wählen Sie einmal ein besonderes Anzeigenformat aus und bleiben Sie dabei.



#### **Gestaltung: Sie müssen auffallen!**

Ob provokante Headline, Farbgestaltung, Grafik oder Ihr ungewöhnliches Logo – sorgen Sie für einen Blickfang. Dieser soll aber nicht Selbstzweck sein, sondern eine Aussage verstärken. Wichtig: deutliche Präsenz des Namens und Adresse!

#### **Text: Eine Anzeige muss eines bewirken - Reaktionen!**

Daher gilt: 1. Weniger ist mehr! 2. Immer das Werbeziel im Auge behalten. 3. Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zielgruppe. 4. Die Hauptaussage wird in der Headline kurz und griffig formuliert. 5. Diese Worte erhöhen die Aufmerksamkeit Ihrer Werbung um ein Vielfaches: neu, gratis. Meiden Sie jedoch Superlative! Achtung: Text und Bild ergänzen einander – und widersprechen sich nicht.

### **Und: Kontrollieren Sie Ihre Anzeigen immer auf Erfolg!**

#### Mehr:

marketing-ideen.ch: Inserate und Anzeigen - Checkliste mit Tipps für den erfolgreichen Einsatz (marketing-ideen.ch)



---

## Kapitel 4: Schnell und erfolgversprechend: der Werbebrief!

### Werbebriefe:

**Die schnellste, erfolgversprechendste und kostengünstigste Werbemöglichkeit!**

Die schlechte Nachricht: Ca. 50 bis 70 Prozent aller Werbesendungen wandern innerhalb von 20 Sekunden in den Papierkorb wandern. Die gute Nachricht: Es wurde jedoch auch nachgewiesen, dass über **90 Prozent aller Werbebriefe geöffnet werden** - Ihre Chance!

Die Bewerbung von bereits bestehenden Kunden ist um ein Vielfaches erfolgreicher als das Anschreiben "unbekannter" Kunden. Der Kunde kennt Sie und Ihre Geschäftspolitik. Machen Sie ihm in Ihrem Brief ein attraktives Angebot und er wird reagieren.



### Erfolgreiche Werbebriefe:

- Die persönliche Ansprache des Empfängers: Je persönlicher und genauer auf die Zielgruppe abgestimmt, desto besser!
- Der Leser muss zu einer Reaktion veranlasst werden: Eine Werbeaussendung ohne Antwortkarte ist nur die Hälfte wert!
- Machen Sie sich nichts vor: Kein Mensch wartet auf einen Werbebrief. Ein klarer Vorteil muss daher auf den ersten Blick erkennbar sein!
- Stellen Sie das Wesentliche an den Anfang - und kommen Sie schnell auf den Punkt!
- In jedem Werbebrief sollte ein PS vorhanden sein: PS ist nachweislich eine der ersten Textpassagen, die gelesen wird!

### Quelle und mehr:

Ideenmanufaktur - Gratisdownloads: der Werbebrief ([ideenmanufaktur.info](http://ideenmanufaktur.info))

marketing-ideen.ch: Mailings: Tipps, wie Sie die Kosten senken und den Erfolg steigern ([marketing-ideen.ch](http://marketing-ideen.ch))

---

## Kapitel 5: Besser werben im WWW

### Das Internet als Umsatzmaschine für Selbständige & kleine Firmen

#### Ihr Webauftritt - darauf kommt es im WWW an:

- Ihr Webauftritt: Die erste Seite ist die wichtigste! Aber: nur keine trockene Präsentation! Vergessen Sie nicht, dass Internet Infotainment ist.
- Was soll präsentiert werden? Bild und Text von allen Produkten. Spezial Know-How. Das eigene Team. Querverweise und Links. Aktuelle Informationen. Und: Gibt es eine Möglichkeit, dass der Kunde von Ihnen online betreut wird?
- Informieren Sie Ihre Kunden über Neuigkeiten.
- Aktualisieren Sie Ihre Website regelmäßig!
- Bewerben Sie Ihre Internetadresse und Ihre Website "klassisch" und wo es geht: Zeitung, Internet-Suchmaschinen, Briefpapier oder Visitenkarte.
- Suchen Sie Partnerfirmen: Werbebanneraustausch bringt mehr Besucher auf Ihre Seiten!
- [www.google.at](http://www.google.at): Unter "Werbung" können Sie eine Anzeige für sich schalten.
- Bewerben Sie Ihre Website kostengünstig mittels E-Mails und Newsletter - Vorsicht: Zuvor das Einverständnis des Empfängers einholen!



#### Mehr:

Telekom.at: So holen Sie die Kunden auf Ihre (Web-)Seite (telekom.at)

Online-Marketing-Praxis: 15 Tipps für eine erfolgreiche Newsletter-Anzeige (online-marketing-praxis.de)