

Ihre Produktbeschreibung

Damit aus Ihren Projekten erfolgreich verkaufbare Produkte werden, brauchen Sie eine überzeugende Produktbeschreibung.

Die Produktbeschreibung setzt sich neben dem Titel aus der **Kurzbeschreibung**, dem **Werbetext** und den **Schlagwörtern** zusammen. Dies sind die wichtigsten Informationen, die wir, zusammen mit den Bilddaten und Kalendarien, an alle Händler übermitteln. Sie sind die Grundlage für die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit Ihrer Projekte.

Nehmen Sie sich daher für Ihre Produktbeschreibung ausreichend Zeit.

Dies ist Ihre Chance, um auf die Besonderheiten Ihres einmaligen Werkes aufmerksam zu machen und das Interesse der potenziellen Käufer zu wecken.

1. Kurzbeschreibung

Fügen Sie in der Kurzbeschreibung **einen kurzen, anschaulichen, aber vollständigen Satz** ein (es reicht nicht, die Titelformulierung zu wiederholen!). Verzichten Sie auf Wörter wie „Kalender“, „Monatskalender“ oder Angaben zum Umfang; diese Informationen steuern wir automatisch bei.

Bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang, dass maximal 40 Zeichen der Kurzbeschreibung auf der PDF-Katalogseite übernommen werden.

2. Werbetext

Der Werbetext ist für den Verkaufserfolg Ihres Produktes genauso wichtig wie die Qualität des Produkts selbst! Formulieren Sie daher einen griffigen, prägnanten und aussagekräftigen Werbetext von **max. 3-4 Sätzen**. Gehen Sie zum Beispiel auf den Inhalt Ihres Projekts, seine Entstehung und Besonderheiten ein. Überzeugen Sie Ihre Käufer!

Nehmen Sie sich bitte für die Formulierung des Werbetextes ausreichend Zeit und achten Sie auf:

- **Kurze Sätze:** Zu lange Sätze sind besonders bei der Darstellung in den Onlineshops nicht optimal und erschweren den Interessenten das Lesen.
- **Rechtschreibung und Satzzeichen:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Texte fehlerfrei sind. Sonst schrecken Sie potenzielle Käufer ab.
- **Verkaufsargumente:** Überzeugen Sie die potenziellen Käufer mit guten Argumenten und erzeugen Sie Neugier. Wählen Sie passende, positive Adjektive (z.B. das perfekte Geschenk für xxx-Liebhaber; fantastisch; grandios; liebevoll; wunderbar; elegant etc.).

Bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang, dass maximal 400 Zeichen des Werbetextes auf der PDF-Katalogseite übernommen werden.

Beispiele für gelungene Werbetexte:

- „„Dies ist Burma – und es wird wie kein anderes Land sein, das du kennst'.“ Rudyard Kiplings Aussage über das magische Myanmar ist eigentlich nichts weiter hinzuzufügen. Ein Kalender voller traumhafter Ansichten aus dem lange verschlossenen buddhistischen Land in Südostasien“ (Peter Schickert: [Myanmar – Burma](#)).
- „Kleine Kunstwerke entstehen vor unseren Augen und wir nehmen sie oft nicht wahr. Sie wachsen, gedeihen, blühen und zerfallen. Rost in seinen schillernden Farben und bizarren Formen in brillanter Fotografie dargestellt“ (Ingo Laue: [ROST GALERIE](#)).
- „Der beste Freund des Menschen - der Hund. Jeder Hundebesitzer kennt diese speziellen Momente, mit denen uns der Hund verzaubern kann. Die Fotografin Anke van Wyk (www.germanpix.net) hält für Sie zwölf individuelle wunderschöne Hundemomente in diesem hochqualitativen Fotojahreskalender fest. Ein Muss für jeden Hundefreund, der fröhlich durch das Jahr gehen möchte“ (Anke van Wyk: [Hundedasein](#)).

3. Schlagwörter

Bei der Vergabe der Schlagwörter gehen Sie am besten so vor:

- Versetzen Sie sich in die Rolle eines Interessenten, Händlers oder Käufers: Welche Schlagwörter assoziieren sie, wenn sie ein Produkt wie das Ihre suchen? Welche Schlagwörter liegen besonders nahe?
- Vergeben Sie bitte zu jedem Projekt **mindestens fünf und höchstens zwölf Schlagwörter** und setzen Sie die wichtigsten an den Anfang. Mehr als zwölf Schlagwörter übernehmen die Kataloge nicht.
- Verwenden Sie keine zu allgemeinen Schlagwörter, aber trotzdem solche, die möglichst für alle Abbildungen zutreffen. Vergeben Sie also keine Schlagwörter, die nur ein einzelnes Motiv Ihres Kalenders beschreiben.

Ein Beispiel: Für einen Kalender mit Abbildungen von Lipizzaner Pferden, bei denen auf einem Foto ein Gestüt zu sehen ist, sind Schlagwörter wie „Lipizzaner“, „Pferde“, „Reitsport“, oder „Spanische Hofreitschule“ sinnvoll. Unpassend bzw. zu allgemein wären „Tiere“, „Spanien“ und „Gestüt“.

- Verzichten Sie bitte immer auf das Wort „Kalender“. Diese Information bekommen Händler automatisch von uns.
- Trennen Sie die einzelnen Schlagwörter durch ein Komma, aber OHNE Leerzeichen. Es sind auch Kombinationen möglich: Wenn Sie „Kapstadt“ und „Tafelberg“ nicht durch ein Komma trennen und „Kapstadt Tafelberg“ verwenden, gilt dies als ein einziges Schlagwort.