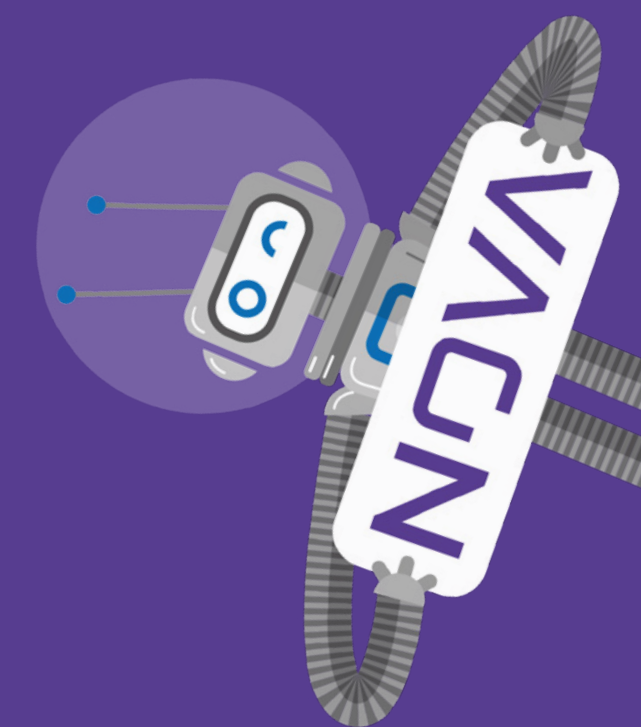


5 TIPPS: SO SCHREIBEN SIE ERFOLG- REICHE WEBSEITEN-TEXTE



Gute Texte sind das Herzstück einer Webseite. Sie gewinnen die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden, liefern die gesuchten Inhalte und vieles mehr. Idealerweise sind die Texte gut, überzeugend, übersichtlich und damit mehr als nur eine digitale Visitenkarte. Das klingt erstmal wie das Finden eines Einhorns. Doch oft reichen einfache Schritte, um die Texte zu optimieren die folgenden 5 Tipps helfen Ihnen dabei.

1. Machen Sie zuerst die Hausaufgaben

Überlegen Sie sich zu Beginn was Sie wollen, bevor Sie ohne Ziel mit dem Schreiben beginnen. Erst wenn Sie sich über die folgenden Fragen im Klaren sind, sollten Sie mit dem Texten loslegen. Grundsätzlich gibt es eine Faustregel: **80 % überlegen und recherchieren und 20 % Texte schreiben.**

Was wollen Sie mit dem Text erreichen?

Setzen Sie sich damit auseinander, was Sie mit der Webseite erreichen wollen und was Sie von Ihrem Webbesucher erwarten. Die meisten Unternehmen wollen nicht nur ihre Leistungen vorstellen, sondern wollen als Experte wahrgenommen werden, E-Mail-Adressen für Newsletter erhalten oder Weiterempfehlungen durch Kunden erreichen und vieles mehr. Jeder Text hat eine Hauptmessage, die eine zentrale Frage beantworten soll. Das Ziel der Seite soll sofort ersichtlich sein. Auch Kunden, die nur zufällig auf die Webseite kommen, sollen das Ziel in kürzester Zeit erkennen. Wenn das Ziel nicht in den ersten Sätzen auf der Seite ersichtlich ist, sind die Webseitenbesucher nicht motiviert weiterzulesen.

Wofür braucht Ihr Kunde das?

Ihre Leistung soll in Anspruch genommen werden – sie nur hinzuschreiben macht sie dem potenziellen Kunden allerdings nicht schmackhaft. Er möchte wissen, warum er genau das genau jetzt braucht. Denn Webbesucher suchen im Internet nach einer Lösung, nach Produkten und Dienstleistungen. Zeigen Sie in Ihrem Text, dass die Person bei Ihnen richtig ist. Führen Sie praktische und

emotionale Vorteile auf, wie zum Beispiel „Lernen Sie Klettern“ und „Finden Sie lebenslange Freundschaften“. Ihre Kunden brauchen Gründe, um Ihnen zu vertrauen. Sie schaffen Glaubwürdigkeit durch die Präsentation bisheriger Kunden und Erfolge, sowie durch echte Kundenbewertungen.

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Überlegen Sie sich, wer Ihre Leser sind, was sie brauchen und was sie wissen möchten. Für welche Personengruppe sind Ihre Produkte oder Dienstleistungen nützlich? Ihre Kunden möchten das Gefühl haben, bei Ihnen gut aufgehoben zu sein. Versichern Sie ihnen daher, dass Sie der Richtige dafür sind. Bedenken Sie, dass man als Texter eine andere Sichtweise auf das Thema hat als die Zielpersonen. Geht man vom eigenen Standpunkt aus, so ist der Text für andere oft weniger greifbar. Passen Sie sich daher an die Sprache Ihrer Kunden an, um die Texte noch verständlicher zu machen. Denn User verwenden oft andere Worte als in der Fachsprache, wenn sie recherchieren. Überlegen Sie, wonach die Kunden immer wieder fragen und welche Worte Sie verwenden würden, wenn sie mit dem Thema weniger vertraut sind. Kleiner Tipp: Stellen Sie sich wirklich eine konkrete Person aus Ihrer

Zielgruppe vor, so werden die Texte leichter verständlich und damit überzeugender.

2. Tipps für Ihre Headline: So wecken sie das Interesse der Leser

Oft wird beim Schreiben der Texte etwa 99 % der Zeit in den Text gesteckt, während für das Finden einer passenden Überschrift nur 1 % investiert wird. Doch gerade die Headline soll den „SOFORT-lesen-wollen-Effekt“ auslösen. Nur wenn sie das Interesse der Leser weckt, kommen sie überhaupt bis zum Text, so informativ und wichtig dieser auch sein mag. Die Überschrift bestimmt zu 50 %, ob der Artikel beachtet wird. Spricht die Headline nicht an, wird die Webseite sofort gelangweilt weggeklickt. Eine große Verantwortung für eine Handvoll Worte.

Erfüllen Sie Erwartungen, um Interesse zu wecken

Tipp für Ihre Überschrift: Überlegen Sie sich, mit welchen Erwartungen die Personen auf Ihre Webseite kommen – wird diese Haltung erfüllt, so wird sofort die Neugierde und das Leseinteresse geweckt. Sie „Herzlich Willkommen“

zu heißen oder sich als „Ihr Partner für ...“ vorzustellen kann dabei einfach zu wenig sein. Headlines sind der Schlüssel für Ihre Zielerreichung Die Überschrift liefert den Einstieg, um Ihr zuvor definiertes Ziel zu erreichen (z.B. Newsletter-Abonnenten, Seminar-Teilnehmer, Verkauf oder Kontakt-Aufnahme, ...). Ohne eine richtige Überschrift wird der Text nicht gelesen – und wenn der Text nicht tatsächlich gelesen wird, erhalten Sie keine Reaktion. Deshalb verrät die Überschrift idealerweise, was der Webseitenbesucher hier tun kann, beziehungsweise sollte. Stellen Sie die Lösung für ein Problem in Aussicht, auf die im Text genauer eingegangen wird.

Aussagekräftige Headlines: Kurz und bündig

Trotz all dieser Anforderungen soll die Überschrift schnell auf den Punkt kommen. Die Webseitenbesucher wollen kurz und bündig wissen, worum es geht. Sie wollen auf einen Blick sehen, was ihr Nutzen und ihr Vorteil daraus ist. Eine blumige Ausschmückung oder ein belangloses Zitat wird sie daher wenig ansprechen.

Kurz gesagt: Machen Sie Lust auf mehr mit einer knackigen Headline – und zwar klar und eindeutig!

3. Der Webseiten-Text: Kommen Sie auf den Punkt

Beim Texten geht es nicht darum, viel zu produzieren – sondern Inhalte, die schnell auf den Punkt kommen und das Wesentliche vermitteln. Gute Webseiten-Texte zeichnen sich durch kurze Absätze mit klaren Zwischenüberschriften aus, die wiederum zum Weiterlesen animieren anregen. Dabei ist wichtig zu erwähnen, dass die Webseitenbesucher keineswegs jedes Wort und jede Seite lesen. Sie haben keine Zeit dafür, sondern wollen auf einem Blick sehen, was sie suchen. Sie wollen einfach wissen, was das Unternehmen bietet und wie sie als Kunde davon profitieren. Nach diesen Informationen überfliegen, sozusagen „scannen“ 80 % der Leser den Text, gleitet von Aufzählungszeichen, Absätzen und Zwischenüberschriften. Dabei ist wichtig, dass das Lesen am Monitor um etwa 25 % langsamer ist, als auf Papier.

Kurzgefasst: Die Leser wollen neue, spannende Texte, die in kurzen, leicht verständlichen Häppchen informieren und schnelle Antworten liefern.

Wichtiger Tipp: Kürzen Sie jeden Text vor der Veröffentlichung radikal, bis kein Wörtchen mehr weggelassen werden kann. Dadurch wird er meistens besser und der Gedanke wird ganz klar vermittelt.

3.1. Wie Sie bildhaft formulieren

Wurde die Aufmerksamkeit geweckt und die Besucher zum Lesen animiert, so erwarten sie sich auch ein Erlebnis. Die größte Herausforderung ist, Leser anzusprechen und zu fesseln. Vor allem bei technischen Produkten wird oft nur die Fachsprache verwendet. Gute Texte sind einfach, anschaulich und bildhaft. Stellen Sie sich beim Texten die Sendung mit der Maus vor, in der auch komplizierte Inhalte einfach erklärt werden.

Eine bildhafte Sprache entsteht, wenn der Texter tatsächlich ein Bild vor Augen hat. Überlegen Sie sich, ob Ihr Text Bilder und Emotionen auslöst, ansonsten können die Leser nichts mit dieser Aussage anfangen. Geben Sie jedem Wort Bedeutung, so vermeiden Sie verkaufpsychologisch wertlose Aussagen, die das Gehirn nicht einordnen kann. Grundsätzlich gilt, dass Zeitwörter besser sind als Hauptwörter, um den Text anschaulich zu erzählen.

3.2. Lassen Sie das Experten-Gehabe

Als Experte haben Sie es nicht nötig, sich durch Fremdworte und Fachausdrücke von anderen abzuheben. Viele denken, dass man diese Begriffe in ihrer Branche nutzen muss. Doch einen wirklichen Experten macht gerade die Fähigkeit aus, etwas mit ganz normalen Worten so zu sagen, dass es die Zielgruppe versteht.

Meistens wird beim Schreiben der typisch förmliche Ton verwendet, der allerdings nie gut bei den Kunden ankommt. Es ist viel überzeugender, wenn Sie so schreiben, wie sie auch reden. Am besten lesen Sie den Text sich selbst oder einer anderen Person vor – so fällt sofort auf, ob es sprachlich überzeugt, verständlich ist und Emotionen vermittelt – oder ob es ein eher steifer Text ist, der zu viele Floskeln beinhaltet.

3.3. Formulieren Sie wie ein Verkäufer

Gute Webseiten-Texte sind wie ein Gespräch unter vier Augen zwischen Ihnen und dem Leser. Es landen möglicherweise hunderte Besucher täglich auf Ihrer Webseite, die ein Problem haben oder einfach wissen wollen, was

Sie ihm persönlich zu sagen haben. Darauf müssen die Webtexte auch ausgerichtet sein, doch die meisten ignorieren das völlig. So sind nicht auch wie ein direktes Gespräch mit dem Leser geschrieben.

Wie in jedem erfolgreichen Verkaufsgespräch gibt es auch beim Texten die richtigen Formulierungen, die verkaufpsychologisch besonders gut wirken. Bestimmte Wörter wecken Emotionen und verstärken das Gesagte. Solch unwiderstehliche Formulierungen sind beispielsweise:

- » „Das bedeutet für Sie.“
- » „Sie gewinnen dadurch.“
- » „Sie sparen somit.“
- » „Sie erzielen dadurch.“
- » „Sie erreichen durch diese Lösung.“

Nutzen Sie dabei auch eine aktive Sprache, hier zwei Beispiele:

- » Statt „Wir möchten Ihnen anbieten“ – besser „Wir bieten Ihnen an“
- » Statt „Dieses Formular können wir Ihnen zur Verfügung stellen“ – besser „Nutzen Sie dieses Formular!“

Es gibt **44 magische Wörter**, die im Gehirn besonders gut wirken. Diese und weitere magische Wörter finden Sie unter: <https://www.ihr-text-coach.de/magische-worte-in-ihrer-kundenkommunikation>

4. SEO: Texte für Suchmaschinen UND Kunden

Was ist User Experience?

Unter User Experience (UX), das sich als Nutzungserfahrung oder Nutzungserlebnis übersetzen lässt, versteht man die erlebte und gefühlte Qualität der Interaktion eines Nutzers insbesondere im Bereich digitaler Medien.

Hier spielen die *Usability* (übersetzt Benutzerfreundlichkeit), sowie ästhetische und emotionale Faktoren, wie eine ansprechende, „begehrte“ Gestaltung, Aspekte der Vertrauensbildung oder Spaß bei der Nutzung (Joy of use) eine Rolle.

* Quelle Absatz 1: <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/user-experience>
Quelle Absatz 2: <https://www.usability.de/usability-user-experience.html>

Früher wurden die Webseiten rein für Suchmaschinen optimiert, wodurch die User Experience darunter gelitten hat. Die Suchmaschinen-Betreiber haben darauf reagiert und die Algorithmen an die Anforderungen der Webseitenbesucher angepasst. So achten Suchmaschinen unter anderem auch auf Zwischenüberschriften, aussagekräftige Headlines, Aufzählungen, Absätze und interessante Links.

Ein guter, SEO-optimierter Text ist nicht der einzige Ranking-Faktor für Suchmaschinen. Es gibt eine Vielzahl von Faktoren, auf die Suchmaschinen achten und die am Ende das Ranking ausmachen. Welche dies genau sind, wird natürlich nicht veröffentlicht – da lassen sich Suchmaschinen wie Google nicht in die Karten schauen. Nach der letzten Änderung des Google Algorithmus liegt der Fokus derzeit auf der Ladezeit der Webseite als wichtigster SEO-Faktor. Texte sind nur ein Teil der Suchmaschinenoptimierung, auf den sich dieser Download-Text konzentriert.

Dass Google noch immer eine Vormachtstellung hat, zeigen verschiedene [Umfragen](#). Sprachassistenten wie Alexa setzen allerdings teilweise auf andere Suchmaschi-

» 5 Tipps: So schreiben Sie erfolgreiche Webseiten-Texte

nen, hier kann sich in den nächsten Jahren möglicherweise eine kleine Entwicklung zeigen. Dies muss bei der SEO im Blick behalten werden, man muss ja immerhin wissen, für wen man optimiert. Jede Suchmaschine hat seinen eigenen Algorithmus mit verschiedenen Anforderungen.

Finden Sie die passenden Keywords

Die Webseitenbesucher verwenden oft ganz andere Wörter, als Sie auf Ihrer Webseite. In [Google Analytics](#) sehen Sie, wonach Ihre Kunden suchen, um sie zu finden. Der Google [Keyword-Planner](#), kann ihnen dabei helfen herauszufinden, wonach auch andere Personen suchen. Im Internet gibt es noch eine Vielzahl an weiteren Seiten, um die eigene Webseite zu analysieren, um Keywords herauszufinden, oder um zu identifizieren, wonach Personen suchen und vieles mehr. Ein paar kostenlose Beispiele hierfür sind:

» <https://derdigitaleunternehmer.de/karma-keyword-tool/>: Dies ist eine Alternative zum Keyword-Planner, um für einzelne Keywords das Suchvolumen, cost per click etc. herauszufinden.

» <http://www.answerthepublic.com/>: Wonach suchen die User? Diese Plattform liefert ganze Formulierungen und Fragen, die viele Webseitenbesucher verwenden.

» <https://www.advertising.de/oneproseo/tools/>: Diese Seite liefert eine Reihe von Tools, um Webseiten zu analysieren. Besonders empfehlenswert ist der Google Site Check, um die komplette Webseite zu analysieren.

Es erscheinen fast wöchentlich neue Tools, die für eine bessere Analyse oder für mehr Traffic sorgen können. Deshalb ist es wichtig, sich regelmäßig über neue Entwicklungen und Trends im Internet zu informieren.

Textanalyse

Wichtig ist, dass die Keywords mehrfach im Text vorkommen. Dabei sollte allerdings auch nicht übertrieben werden, da Google dies abstrafte. Die Keyword-Dichte sollte etwa bei 3 % liegen. Hierbei hilft eine Anzahl von kostenloser Textanalyse-Tools. Mit ihnen können die Texte optimiert und der Schreibstil verbessert werden. Am Ende sollte allerdings immer noch ein Mensch bewerten, ob

der Text ansprechend ist. Oft macht gerade der eine oder andere „ungewöhnliche“ Satz den Text auch besonders. Texter sollten deshalb auf eine Mischung zwischen dieser „Textoptimierung“ und einem kreativeren, ansprechenden Schreibstil setzen, der vielleicht auch das eine oder das andere Füllwort enthält.

Tipp: Schauen Sie den Text noch einmal durch nachdem er fertig ist, um ihn für die Suchmaschinen zu optimieren. Verschiedene Text-Analysetools helfen Ihnen dabei. Sie analysieren auf die Keyword-Dichte und achten unter anderem auch darauf, dass keine Passiv-Formen, lange Sätze oder Wörter im Nominalstil (z.B. Entwicklung statt entwickeln) verwendet werden. Die meisten Tools funktionieren auf eine ähnliche Art und Weise, zwei sind beispielsweise:

» <https://wortliga.de/textanalyse/>

» <https://www.textanalyse-tool.de/>

Bei all der Suchmaschinenoptimierung ist allerdings wichtig im Blick zu behalten, dass Webseiten-Texte in erster Linie für die Besucher geschrieben werden. Die Texte sollen daher immer gut lesbar und natürlich bleiben, so-

» 5 Tipps: So schreiben Sie erfolgreiche Webseiten-Texte

wie relevante Synonyme verwenden, die das Lesen angenehmer machen. Weshalb reine SEO-Texte keinen Sinn machen, fasst Janett Reimann auf ihrer Seite sehr gut zusammen:

<https://www.textschoepfung.de/texter-leistungen/seo-texte/>

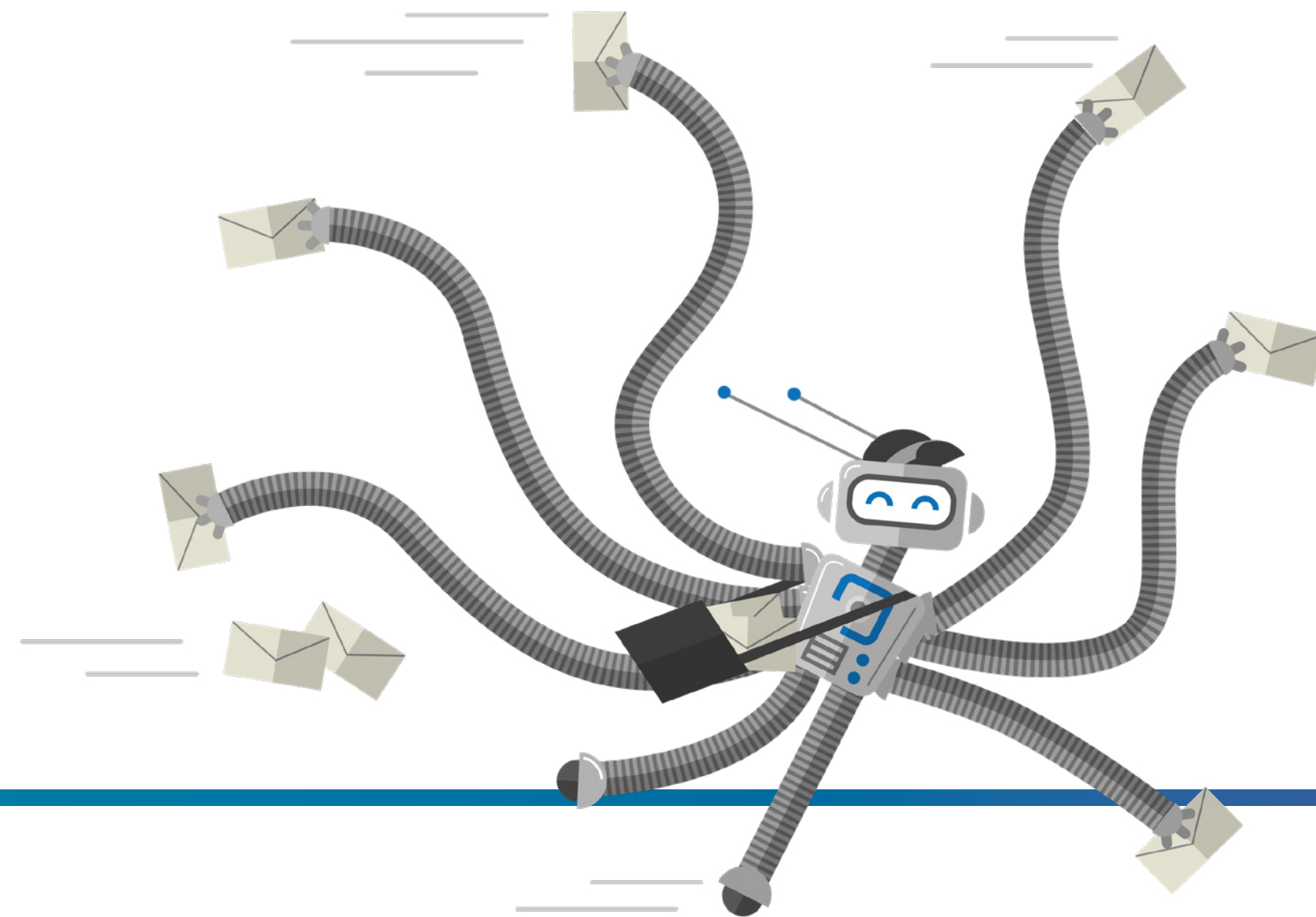
5. Call-to-Action

Nachdem der Kunde Ihren Text zu Ende gelesen oder überflogen hat, will er wissen, wie es weiter geht. Lassen Sie ihn nicht einfach wieder verschwinden, sondern fordern Sie ihn zum Handeln auf. Dies kann beispielsweise ein Button sein, um Käufe zu tätigen, Termine zu buchen, Ihren Newsletter zu abonnieren oder Ihr Portfolio anzusehen. Vertrauen Sie nicht darauf, dass die Leser von selbst den besten Weg durch Ihre Webseite finden, um zu den gewünschten Informationen zu gelangen. Stattdessen wird er vermutlich die Webseite einfach verlassen. Liefern Sie ihm deshalb die gewünschten Informationen auf die einfachste Weise, beispielsweise durch Downloads oder Links zum passenden Thema unterhalb, Newsletter-Anmeldungen oder der Hinweis auf ein

kostenloses Kennenlerngespräch. Fordern Sie die Leser auf, Sie zu kontaktieren, indem Sie Ihre Kontaktdaten angeben oder Ihre Social-Media-Kanäle verlinken. Ein paar gute Beispiele finden Sie hier: <https://www.seokratie.de/call-to-action-beispiele/>

Wichtig ist, dass der Kunde immer wissen will was er bekommt, bevor er auf den Link klickt. Sind es weitere Informationen, ist es ein Download, ein Kontaktformular oder sonstiges? Lassen Sie Ihre Leser nicht im Unklaren!

- » **Artikel** Conversion-Rate steigern: <https://telenova-digital.at/5-tipps-zur-conversion-rate-steigerung/>
- » **Artikel** Der Kaufprozess beginnt bei der Online Suche <https://telenova.at/der-kaufprozess-beginnt-bei-der-online-suche/>



♥ WE
LOVE
DIGITAL

Telenova GmbH

Liebfeldstraße 16, 3100 St. Pölten

Tel.: 02742 228 0, office@telenova.at

telenova-digital.at