

Anleitung für Webseitentexte

SCHREIBTIPPS FÜR EINE WEBSEITE,
DIE SICH NACH DIR ANFÜHLT
& DEINE EXPERTISE ZEIGT



Schreiptipps [x]

Ich schreibe, seit ich einen Stift halten kann und jetzt gerade ganz begeistert, um dich dabei zu unterstützen riiiiichtig gute Texte für deine Webseite hinzubekommen. Denn, dein Projekt soll ja nicht nur dich begeistern, sondern auch deine Kund:innen.

Bevor du also loslegst, hier einige Tipps, ein paar Links und Inspiration. Los gehts :)

DAS RAD NICHT NEU ERFINDEN

Viele Menschen haben schon sehr viele tolle Texte veröffentlicht. Du kannst diese natürlich nicht einfach kopieren (das wäre nicht nur strafbar, sondern auch für die Suchmaschinenoptimierung schlecht). Aber du kannst dir Inspiration holen. Dir ein bisschen was abgucken. Es ähnlich machen. Oder eben: Das Rad nicht neu erfinden.

TAKE A BREAK

Falls du irgendwann im Prozess steckenbleibst, und einfach nichts mehr aus der Feder kommen will ([#Schreibblockade](#)), mach eine [Pause](#). Oder leg es für einen Tag auf die Seite. Das kommt schon wieder :)

Vielleicht auch beruhigend zu wissen: Das Internet ist kein gedrucktes Buch. Du kannst deine Texte jederzeit anpassen. Learning by doing also.

MEHRMALS DURCHLESEN

Wenn du einen Text fertig hast - schlaf drüber und lies ihn dir nochmals durch. Der ultimative Tipp um Schreibfehler zu finden: Setze den Text in eine andere Schrift und Schriftgröße und lies ihn dir dann nochmals genau durch.

GEGENLESEN LASSEN

Bitte jemanden aus deinem Freundeskreis, deine Texte einmal durchzulesen. Nebst Grammatik und Rechtschreibung ([#betriebsblind](#)), sollte vor allem wertvolles Feedback für die finale Version dabei herauskommen. Bleib dir treu, aber vielleicht kommt noch der ein oder andere komische Satz, Missverständnisse oder Lücken zum Vorschein.

LASS ANDERE SCHREIBEN (=TESTIMONIALS)

Super zu haben sind Testimonials. Frage deine Kund:innen, ob sie dir 2-3 Sätze schicken können, wie sie dich und dein Angebot wahrgenommen haben und warum sie es toll fanden. Du kannst auch (immer nach Absprache!) Zeilen aus einer lieben Email oder auch Freunde, an denen du dein Angebot getestet hast, aktiv bitten, dir ein paar Sätze zu texten.

FOKUS, KLARHEIT, REPEAT

Wenn du beim Schreiben merkst, dass du schwammig wirst, kümmere dich nochmals um deine Positionierung. Wer ist deine Zielgruppe, was ist dein Alleinstellungsmerkmal? Ja, nervige Fragen, wenn man sie zum hundertsten Mal bearbeitet, aber es lohnt sich. Sonst musst du nachher alle Texte nochmals neu schreiben.

Links, die dir dabei helfen können:

- ✂ [Wie gut kennst du deine ideale Zielperson?](#)
- ✂ [Der Businessplan](#) (keine Angst, kein trockenes Blabla)
- ✂ [Dein Sweetspot](#)

DAS PROBLEM DEINER KUND:INNEN

Egal, welche Texte du schreibst, schreib über das Problem, was deine Kund:innen haben und wie du es für sie löst (oder sie dabei unterstützt, es zu lösen). Auch hier, schau dir mal deine Lieblingswebseite an. Wie macht sie/er das? Lies dir die Texte mal nicht als Kunde, sondern als Texter:in durch.

THROW IN SOME EMOTIONS

Damit meine ich nicht, dass du deine Kunden manipulieren oder irgendwelche Gefühlsduseleien und dein halbes Privatleben preisgeben sollst. Sondern dir zu überlegen, was deine [Zielperson fühlen könnte](#). Was du gefühlt hast, bevor du das Problem für dich gelöst hast. Und wie du es überkommen hast. Und wie du dich jetzt fühlst. Denn jede:r möchte sich verstanden fühlen, wissen, dass es dir auch so ging und dass du es geschafft hast. Erzähl genau diese Geschichte.

HÄPPCHEN PRÄSENTIEREN

Webseiten sind keine Romäne. Egal ob es ein Blogartikel oder Texte über dich oder für die Startseite sind: In der heutigen Zeit sind Überschriften, Hervorhebungen und "Es-auf-den-Punkt-bringen" wichtiger denn je. (Fast) niemand nimmt sich die Zeit eine Webseite von A-Z gemütlich durchzulesen. Menschen sind auf der Suche nach spezifischen Informationen, nach Lösungen für ihr Problem. Wenn du ihnen die Möglichkeit gibst, Infos zu überspringen, die für sie nicht relevant sind, ist es wahrscheinlicher, dass sie länger auf deiner Webseite bleiben, sich für deine

Angebote interessieren. Konkret heisst das: Mach Überschriften über kleine Textblöcke (so wie ich hier auch).

HERVORHEBUNGEN

Eng mit dem letzten Punkt verbunden sind Hervorhebungen. Nutze eine klare Hierarchie bei Überschriften (Titel, Ü1, Ü2,...) und nutze zusätzlich Hervorhebungen. Mit ihnen kannst du flüstern, schreien, Witze machen. Durchstreiche etwas, unterstreiche Links, **hebe deine wichtigste Aussage hervor** (anstatt die Schlagwörter zu highlighten). (*Flüstere in dem du etwas in Klammern und in kursiv setzt*). Das macht den Text viel spannender zu lesen und die Augen haben was, woran sie sich entlanghangeln können.

Die Seiten deiner Webseite

DIE STARTSEITE

Das Herzstück deiner Webseite

Hier sollte dein Thema super klar kommuniziert werden. Die wichtigsten Informationen sind "Above the fold", also wie die Schlagzeilen bei der Zeitung: ganz oben. Was ist dein Thema? Präsentiere es kurz und knapp.

Auch einige Infos zu dir und warum du eine Expertin bist, können hier gut untergebracht werden (und auf deine Über-Mich-Seite verlinkt sein).

Falls du einen Newsletter hast, gehört auch der mit auf die Startseite. Testimonials (was bisherige Kund:innen über dich und dein Angebot sagen) sind ebenfalls Gold Wert.

Und falls du bloggst, kannst du hier zum Beispiel ein paar "Anfänger-Artikel", also Blogbeiträge, mit denen deine Kund:innen am besten anfangen zu lesen, präsentieren. Sortiere sie nach Kategorien, damit Leser:innen auch hier möglichst gut geführt sind und sich nicht durch einen wilden Dschungel lesen müssen (denn das tun die wenigsten).

Führe deine Kund:innen schon mal an alles ein wenig ran, es ist eine Art Überblick, sollte deswegen umso klarer sein.

Beispiel gefällig?

Hier drei sehr klare Startseiten, von zwei Frauen und einem Mann, die viel Ahnung von Marketing haben:

✂ um180grad.de

✂ alexandrapolunin.com

✂ joern-leonhardt.de

Schau dir den Aufbau von deinen Lieblingswebseiten an. Auch die der Konkurrenz. Und überlege dir, welche Infos du an welcher Stelle platzieren möchtest.

Extratipp: Startseiten sind nicht in Stein gemeißelt. Du kannst deine Webseite jederzeit anpassen. Bei Startseiten kannst du auch je nach dem was du gerade für Angebote hast, das eine mal nach vorne oder nach hinten rücken.

DIE ÜBER-MICH-SEITE

Erzähl deine Reise

Kommen wir zu einer sehr wichtigen Seite, in der es über... deine Zielperson geht. Jap, natürlich auch über dich. Aber anstelle von einem langweiligen Lebenslauf, solltest du hier deine Reise vom Problem bis zur Lösung und deiner Expertise zeigen. Egal, was du anbietest, deine Kundschaft hat ein Problem und ist auf der Suche nach der Lösung.

Zeige, woher du kommst, was du kannst und warum du jetzt auch ihr/ihm helfen kannst. Und vergiss nicht Gefühle mit hineinzunehmen.

Auch Persönliches darf sein

Je nachdem ist es natürlich auch wichtig, deine Ausbildung(en) zu erwähnen, damit auch dies deine Expertise steigert und Kund:innen vertrauen zu dir haben. Aber auch ein bisschen Persönliches hilft, Brücken zu schlagen. Denn, wenn du nicht absolut alleine in deiner Nische bist, bist du trotzdem einzigartig. Menschen werden sich bei ähnlichen Angeboten die Person aussuchen, die ihnen sympathisch ist. Sei einfach du selbst, erzähl vielleicht ein paar Fun-Facts über dich, damit man sieht, was du für ein Typ bist.

Hilfreiche Fragen

- ✂ Was hast du gefühlt mit dem Problem?
- ✂ Was könnte deine optimale Zielperson jetzt fühlen?
- ✂ Wer hat dir dabei geholfen, das Problem zu lösen?
- ✂ Was hast du während der Findung der Lösung gefühlt?
- ✂ Was fühlst du jetzt nachdem du die Lösung hast?
- ✂ Für welche Werte stehst du und dein Herzensprojekt ein?

DIE KONTAKTSEITE

Du entscheidest, ob die Kunden dich gleich anrufen, über ein Kontaktformular melden oder einfach eine Email schreiben sollen. Falls du schon sehr viele Anfragen erhältst, würde sich ein FAQ anbieten oder ein paar Infos, wie man mit dir zusammenarbeiten kann (für welche Kooperationen du zu haben bist und für welche nicht).

Ich persönlich finde es sehr abschreckend, wenn "grössere" Selbstständige auf die Kontaktseite schreiben, dass sie leider nicht antworten können. Da würd ich dann eher mit der Strategie FAQs gehen.

DIE ANGEBOTSSEITE(N)

So, du hast die Person so weit. Sie hat soeben auf dein Angebot geklickt, weil sie das, was sie bisher gelesen hat, gut fand. Vielleicht ist diese Person aber auch schon ganz lange in deinem Newsletter und liest begeistert alles und ist jetzt auch bereit, Geld zu investieren.

Deine Angebotsseite sollte genau einen "Call-to-Action" haben: Kaufen. Oder sich für einen Termin anmelden. Oder sich in eine Warteliste eintragen. Aber nur eins davon.

Erinnerst du dich an den Fragebogen, den du mir ausfüllen durftest? Hier kannst du dein Alleinstellungsmerkmal jetzt endlich richtig hervorheben. Übrigens, mach lieber für jedes Produkt eine einzelne Angebotsseite, damit der Kunde sich nicht entscheiden muss und bei jedem Angebot klar sieht, was er davon hat.

Was du einbauen solltest auf deine Angebotsseite(n)

- ✗ Deine Expertise
- ✗ Das Alleinstellungsmerkmal des Angebots
- ✗ Testimonials
- ✗ Kaufoption (alternativ: Terminvereinbarungsfeld, Warteliste,...)
- ✗ Die Vorteile, die Kund:innen mit deinem Angebot haben
- ✗ Das Problem, was dein Angebot löst

DER BLOG

Als Schreiberling liebe ich es zu bloggen. Falls du dich auch für einen Blog entscheidest, hier noch ein paar Tipps zum bloggen.

Nutze 3-4 Kategorien und ordne jeden Blogartikel in nur einen davon ein. Du kannst noch Schlagworte (Tags) nutzen, um sie weiter zu differieren. Denk daran, es sollten Kategorien und nicht Themen sein.

Auch hier ist wieder: Jeder Artikel hat genau einen Zweck, löst genau ein Problem. Überschriften, evt. Bilder und Links zu wirklich relevanten Webseiten und deinen eigenen anderen Artikel sind super.

ZU GAST

Falls du schon in anderen Blogs, Podcast oder in Zeitung oder Fernsehen gekommen bist, lohnt es sich deine Expertise ein bisschen auszustellen. Mal zu zeigen, wie viele Menschen das interessiert, was du tust. Eine PR&Media Seite beweist nämlich sehr gut, dass du Expertin bist, weil andere dich eingeladen haben, über dein Thema zu sprechen.

Extratipp: Am besten gehst du proaktiv auf Blogs, Podcasts zu und bietest ihnen ein Artikel oder ein Thema an. Natürlich nur da, wo es auch wirklich passt.

Ran an die Feder

Jetzt bist du an der Reihe. Ich wünsche dir viel Spass beim Schreiben und freue mich auf deine Texte.

Auf der letzten Seite findest du noch ein paar Hinweise, in welchem Format du mir deine Texte (wenn du dann fertig bist), zukommen lassen kannst.

Texte einreichen

Gratuliere, du hast es geschafft :) Du bist soweit mit deinen Texten zufrieden, dass sie auf deiner Webseite veröffentlicht werden dürfen.

IN WELCHEM FORMAT

Du kannst mir deine Texte entweder in einer PDF-, einer Libreoffice- oder Word-Datei zukommen lassen. Bitte nur digitale und keine handschriftlichen Texte ;) Bitte mach auch keinen Schreibschutz drauf, damit ich die Texte einfach rauskopieren kann. Bitte mach auch schon ersichtlich, was fett, kursiv etc. ist und nutze Überschriften.

BILDER IM TEXT

Du musst deine Bilder nicht in deine Textdatei einfügen (darfst du aber), sondern kannst mir auch folgendermassen zeigen, wo du gerne welches Bild hättest. Falls du das lieber mir überlässt, ist das auch kein Problem.

In allen Fällen ist es aber wichtig, dass du deine Bilder eindeutig benennst (zum Beispiel DeinName_Portrait oder Angebot1 etc).

Nutze eckige Klammern und Bild:NameDeinesBildes und eine Leerzeile unter und oberhalb, damit ich gleich sehe, wo ein Bild eingefügt werden soll. Hier nochmals zur verdeutlichung:

Beispieltitel von dir

(Bild:Name)

Text von dir text text text text text text text text text text text text text text text text
text text text text text text texttext text text text text text text text text text text
text text text text text text text text text text text text text text text text text text
text text text text.

ABSCHICKEN

Der allerletzte Schritt: schick mir deine Texte an piep@buchfink-design.ch.

