




Die **5 wichtigsten Tipps**   
um erfolgreiche  
**Business-Texte zu schreiben**




# Tipp Nr. 1

## LEGE EIN ZIEL FÜR DEINEN TEXT FEST



*Herzlich Willkommen auf der Internetseite der Steuerkanzlei Meyer! Wir sind seit mehreren Jahrzehnten erfahrene Experten für Steuerangelegenheiten. Es ist wichtig, die Steuererklärungen immer fristgerecht einzureichen und dabei alle Aspekte zu berücksichtigen.*

Aha – und jetzt? Was sollen die Leser:innen tun? Welches Ziel verfolgt diese Aussage? Viele Business-Texte, die man im Internet oder auch in Print-Produkten findet, hinterlassen einen etwas "schwammigen" Eindruck – denn es ist einfach nicht ganz klar, welchem Zweck sie dienen. Deutlicher wird es so:



*Haben Sie mit Steuerangelegenheiten nicht viel am Hut? Das macht nichts, dafür gibt es ja uns! Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im Rücken sorgen wir dafür, dass Ihre Steuererklärung fristgerecht und in Ihrem Interesse das Finanzamt erreicht. Unter "Zusammenarbeit" erfahren Sie mehr über uns. Rufen Sie uns einfach an, um ein unverbindliches Erstgespräch zu vereinbaren!*

Bevor du dir also die Mühe machst, einen Text zu schreiben, solltest du dir unbedingt klar darüber werden, was du mit ihm erreichen möchtest. Es gibt nämlich ganz unterschiedliche Ziele. Sie beeinflussen auch die Wahl der Textsorte und umgekehrt:

- informieren (Bsp.: News, über-mich-Seite, Newsletter)
- Bekanntheit steigern (Bsp.: Image-Broschüre, Pressemitteilung, Gastbeitrag)
- Aufmerksamkeit erregen / provozieren (Bsp.: spezielle Social-Media-Posts)
- Mehrwert bieten (Bsp.: Blogartikel mit Tipps, Workbook)
- unterhalten (Bsp.: Social-Media-Posts)
- etwas verkaufen (Bsp.: Landingpage, Produktseite, Onlineshop, Anzeige).

Mit ein wenig Vorarbeit kannst du deinen Text erfolgreich auf dein Ziel ausrichten!



# So geht's

*Mach dir unbedingt klar, welches Ziel dein Text verfolgen soll, bevor du beginnst, ihn zu schreiben. Für jeden Zweck eignen sich bestimmte Stilmittel und Formulierungen, die deinen Leser:innen Orientierung geben!*

## **Dabei helfen dir folgende Überlegungen:**

Was ist (aktuell) mein größtes Bedürfnis – und in welcher Reihenfolge folgen die anderen Bedürfnisse? > verkaufen/zum Handeln bewegen, bekannt(er) werden, informieren, provozieren, unterhalten, sonstiges?


Welche für mich relevanten Textsorten eignen sich, um diese Ziele zu erreichen?

Die für mich wichtigsten Textsorten für die nächste Zeit (die ich neu schreiben oder überarbeiten will):



# Tipp Nr. 2


## SPRICH NICHT NUR VON DIR SELBST




*Ich bringe eine Menge Erfahrung mit, deshalb hat mein Angebot Hand und Fuß. Ich habe nicht nur begehrte Auszeichnungen bekommen, ich bin auch ständig im Austausch mit Experten. Meine Kompetenz stelle ich seit Jahren unter Beweis!*

Du strotzt vor Stolz, Selbstbewusstsein und Überzeugung von deinem Angebot? Herzlichen Glückwunsch – das ist superwichtig für dich und deine Erfolgsausrichtung! Aber wenn es um die Kommunikation nach außen geht: Bitte mach' halblang. Erde dich. Nimm den Fokus von dir selbst weg – zumindest ein wenig. Denn damit allein wirst du keine Kunden gewinnen. Wer Zeit und Geld in dein Produkt investiert, wird dies nicht tun, um dir eine Freude zu machen, dich für deinen Fleiß zu belohnen oder blind in deine Expertise zu vertrauen. Sondern deshalb, weil er wirklich überzeugt davon ist, dein Angebot zu brauchen – und/oder davon, dass er genau zu dir passt.

Du kennst das sicher selbst: Wenn du z.B. einen Personal Trainer suchst, wirst du dich danach erkundigen, ob er dich genau bei deinen Zielen unterstützen kann (Gesundheit? Figur? Fitness-Ziel?), ob seine Methode zu dir passt (Drill? Easy going? Hanteln? Outdoor?) und ob er dir sympathisch ist. Stellt er aber nur sich selbst in den Vordergrund, wird dich das vermutlich weniger überzeugen – oder?



*Ich habe mein Sportstudium mit 1,0 abgeschlossen und begleite sogar Leistungssportler im Profibereich!*



*Egal ob du abnehmen oder deinen 1. Marathon laufen willst: Bei mir gibt's immer einen Gesundheits-Check – und dann einen ganz persönlichen Trainingsplan. Für Leistungssportler genauso wie für Anfänger!*



# So geht's

*Leite dir die Zielgruppenbedürfnisse einfach ab!  
Beschreibe im ersten Schritt für dich selbst, was dein Angebot ist und/oder was du mitteilen willst. Danach suchst du für deine Aussagen ein passendes "Problem" deines Wunschkunden, auf das du die Antwort bietest.*

## **Dabei helfen beispielsweise folgende Fragen:**

Wenn ich mir mein Angebot vor Augen halte: Welches Problem/Bedürfnis löst es?

Was habe ich zu sagen und anzubieten, um meinem Wunschkunden zu helfen?

Wovon wird er besonders profitieren, wenn er ausgerechnet mit mir zusammenarbeitet/mein Produkt kauft?

A stylized lightbulb icon with a pink glow and radiating lines, positioned to the left of the main title.

# Tipp Nr. 3

## ERZEUGE BILDER IM KOPF DEINER LESER

Schon zu viele langweilige Netzwerktreffen erlebt? Ein Glas Prosecco in der einen Hand, die Visitenkarte in der anderen – und immer schön Small Talk halten... Es geht auch anders! Zieh eine Karte mit einer Diskussionsfrage (z.B.: „Was war das erste Präsentationsthema deiner Laufbahn?“) und komm darüber ins Gespräch. Deine Gesprächspartner wechseln alle 15 Minuten. Zeit genug, in die Tiefe zu gehen und dennoch genügend Menschen kennen zu lernen.

Stillst du dein Baby? Dann kennst du das bestimmt: Gerade erst hast du dich gemütlich im Café niedergelassen und den Kinderwagen neben dir geparkt, da dringt auch schon ein unüberhörbares Quäken an dein Ohr. Dein Baby will gestillt werden – und zwar jetzt sofort! Hektisch nimmst du es auf den Arm, zerrst und zurrst an deiner Kleidung, suchst ein Spucktuch, mit dem du schnell deinen Oberkörper abdecken kannst, damit deine Brust nicht auch noch jedem Gast präsentiert wird. Leider rutscht das Tuch ständig herunter, während dein Kind unerbittlich schreit. Wie schön wäre es, jetzt einfach etwas Schönes und zugleich Praktisches am Körper zu tragen: still-kompatible Kleidung, die sich innerhalb von Sekunden öffnen lässt und gleichzeitig Sichtschutz nach außen bietet.

Diese beiden Positiv-Beispiele haben eins gemeinsam: Sie ziehen uns als Leser:innen sofort in eine kleine Szene hinein. Sie erzählen eine Geschichte - indem sie Bilder in unserem Kopf kreieren! Wenn wir zur Zielgruppe gehören, finden wir uns sofort darin wieder, nicken oder lachen sogar innerlich, denn wir können uns die Situation lebhaftig vorstellen. Und das ist ein idealer Ausgangspunkt, um Interesse für ein passendes Angebot zu wecken. Egal ob es ein neues Networking-Konzept ist oder Still-Bekleidung: Beide Produktvorstellungen schließen sich wie selbstverständlich an die zuvor geschilderte Situation an. Wenn du lebendig und wie für einen inneren Film schreibst, gewinnst du die Aufmerksamkeit deiner Leser:innen am besten!





# So geht's

*Gute Business-Texte sind wie gute Bücher: Entweder sie packen den Leser – oder er verliert ganz schnell das Interesse. Kreiere mit deinen Worten Bilder, die hängen bleiben. Das klappt, wenn du anschaulich schreibst! Nimm dafür konkrete Situationen, deine fünf Sinne, eingängige Metaphern und Vergleiche zuhilfe.*

## **Überlege dir:**

Welche typischen Situationen haben mit deinem Angebot zu tun und wecken im Idealfall Bedarf danach? Stell dir diese Momente genau vor und beschreibe sie in einem ersten Entwurf so detailgetreu wie möglich – inklusive der Gefühle, die sie auslösen (können).

A large, empty light gray rectangular area intended for writing or drawing, occupying the lower half of the page.



Welche Metaphern oder bildlichen Vergleiche aus anderen Lebensbereichen fallen dir ein, wenn es um dein Angebot geht?

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write their metaphors or comparisons.

Gibt es etwas, das man riechen, schmecken, sehen, fühlen oder hören kann, wenn es um dein Angebot oder die vorherige Situation geht? Beschreibe diese Sinneseindrücke so konkret wie möglich!

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to describe sensory impressions related to their offer or situation.

Lass deine Entwürfe und Notizen eine Weile ruhen - und dann lies sie dir in Ruhe durch und lass sie auf dich wirken. Schnapp dir anschließend Stift und Papier (oder deinen Rechner ;-)) und greif das Wichtigste und Passendste für deinen zusammenfassenden Entwurf auf, in dem es um dein Angebot geht.





## Tipp Nr. 4

### STELL' DEINE EINZIGARTIGKEIT HERAUS



*Mein Angebot ist ein zielführendes Coaching rund um alle Lebenslagen. Ich wurde fundiert ausgebildet und habe seitdem viele Fortbildungen in etlichen Bereichen gemacht.*

“

”

Hand aufs Herz: Kannst du dir ein genaueres Bild von diesem Coach machen? Wenn du auf der Suche nach Unterstützung in einem bestimmten Bereich wärest, würdest du bei ihm einen Termin buchen? Überzeugt dich, was du gelesen hast, ist der Inhalt für dich konkret und greifbar?

Wohl eher nicht, denn diesen Satz könnte so gut wie jeder Coach dieser Welt schreiben. Was hier fehlt, sind anschauliche Details, das sogenannte "Alleinstellungsmerkmal" und die persönliche Note. Aussagekräftiger wäre beispielsweise:



*Ich habe mich auf das Coaching von Existenzgründern spezialisiert. Dabei ist es mir besonders wichtig, gemeinsam mit Ihnen einen übergreifenden Erfolgsplan zu entwickeln, der zu Ihrer Persönlichkeit passt. Während der letzten 10 Jahre meiner eigenen Selbstständigkeit habe ich mehr als 1.000 Existenzgründungs-Coachings gegeben. Und aus meiner eigenen Erfahrung weiß ich sehr gut, wie wichtig gerade für Gründer der Überblick über die nächsten Schritte ist: Als ich mich damals selbstständig machte, hatte ich folgendes Problem...*

“

”



Oder:



“  
Seit 8 Jahren setze ich die Fähigkeiten aus meiner Zusatzausbildung als ‚wingwave‘-Coach ein: Hierbei arbeite ich mit Ihnen unterbewusste Blockaden und Glaubenssätze heraus, damit Sie diese gezielt auflösen können. Solche Glaubenssätze sind z.B.: ‚Finanzieller Erfolg geht immer zulasten persönlicher Beziehungen‘ oder: ‚Wenn ich mich Vollzeit selbständig mache, werde ich nie wieder guten Gewissens Urlaub machen können.‘ Bevor ich den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt habe, habe ich selbst solche Glaubenssätze bearbeitet. In meiner Ausbildung zum ‚wingwave‘-Coach habe ich... (etc.)  
”

Und, was meinst du? Hast du hier einen besseren Eindruck von den Coaches bekommen als beim „Einheitsbrei“-Text?

Insbesondere dann, wenn es Konkurrenzangebote wie Sand am Meer gibt, sind sehr allgemein gehaltene Texte ohne anschauliche Beispiele riskant. Denn sie bedeuten, dass dein Angebot einfach austauschbar wäre!



# So geht's

*Trage Situationen und Projekte zusammen, die du auf deinem bisherigen Weg als besonders erfolgreich erlebt hast. Solche, die wie die Faust aufs Auge zu dir, deiner Expertise, deinen Werten und deiner Leidenschaft passen - all das zusammen macht dein Alleinstellungsmerkmal aus!*

## **Frag dich dafür:**

Warum tue ich, was ich tue?

Welches waren meine wichtigsten Erfolge, Niederlagen und Wendepunkte – und wie kam es dazu?



Wie können meine Kund:innen von diesen Erfahrungen profitieren? Was kann ich – und nur ich! – ihnen mitgeben?

A large, empty rectangular area with a light gray background, intended for writing answers to the question above.

Deine Antworten machen einen echten Unterschied und werden genau die Kunden anziehen, die nach deinem Alleinstellungsmerkmal suchen und zu dir passen!



# Tipp Nr. 5

## MACH EINEN KLAREN CALL-TO-ACTION!

Mehr Informationen zu meinem Angebot gibt es gratis  
im Bereich "Download".



Wir bieten eine große Vielfalt an Kinderspielzeug. Unsere  
Öffnungszeiten sind Mo.-Fr. von 9 bis 17 Uhr.

"Das ist ja schön und gut – dann danke für die Information und auf Wiedersehen!"  
Und zack ist dein:e Leser:in auch schon wieder weg – und prüft das nächste  
interessante Suchergebnis. Das ist ärgerlich, denn damit ist die Chance vertan, eine:n  
neue:n potenzielle:n Kund:in zu gewinnen. Wie kannst du das verhindern und die  
kurzfristige Aufmerksamkeit bestmöglich nutzen?

Die Antwort ist ganz klar: Indem du einen "Call-to-Action" machst. Der englische  
Begriff (oft auch abgekürzt mit "CTA") bedeutet "Aufruf zur Handlung". Nachdem du  
also dein Angebot vorgestellt hast, solltest du deinen Leser:innen unbedingt sagen,  
was sie nun tun sollen. In den obigen Beispielen wäre das:

Wie du direkt loslegen kannst, siehst du in meiner kostenlosen  
Checkliste zum Download. Lade sie dir jetzt gleich herunter!  
(> Button mit der Aufschrift "Her mit der Checkliste!" oder "Ja, ich  
will direkt loslegen" o.ä.)



Wir bieten Kinderspielzeug von der ersten Klapperrassel bis zum  
Strategiespiel. Komm einfach vorbei - wir haben montags bis freitags  
von 9 bis 17 h durchgängig geöffnet und freuen uns über jeden Stöber-  
Besuch! (> z.B. Button zum Routenplaner / zum Telefonruf-Aufbau)



# So geht's

*Lege für jeden Text genau fest, was deine Leser:innen im Idealfall im Anschluss tun sollen. Dies beschreibst du dann in einer knackig formulierten, freundlichen Aufforderung, dem Call-to-Action.*

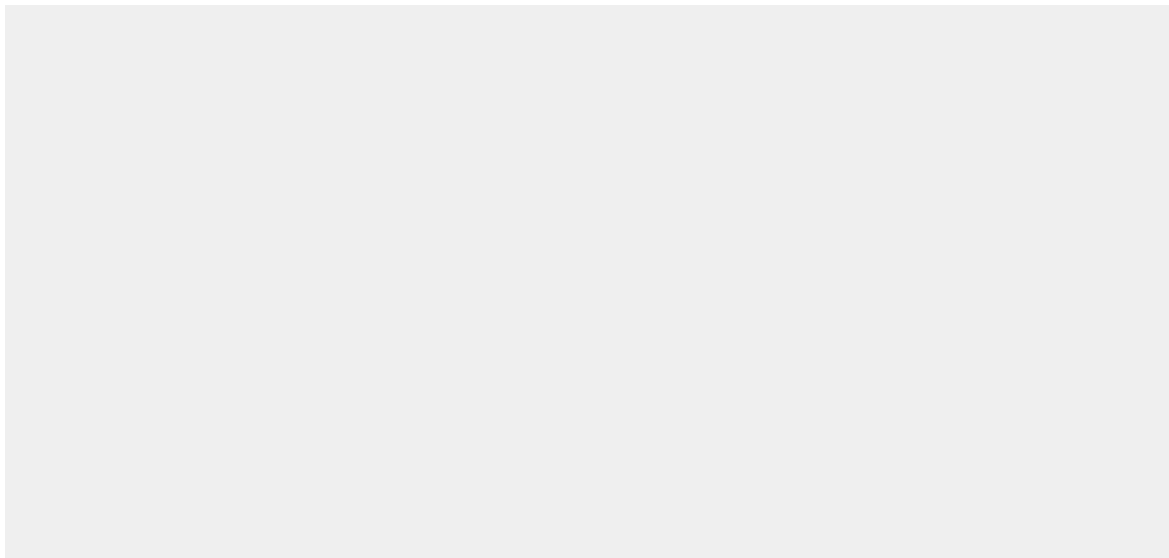
## **Frag dich dafür:**

Was wünsche ich mir von den Leser:innen, wenn sie meinen Text durchgelesen haben? (Beispiele: Dokument herunterladen; Beitrag kommentieren; mich anrufen; mir eine E-Mail schreiben; mein Produkt kaufen; Beratungsgespräch vereinbaren)

Wie könnte ich sie dazu auffordern? (Beispiele: "Sichere dir jetzt dein Gratis-Dokument", "Ruf mich direkt an", "Vereinbare hier einen Termin" etc.)



Wie könnte es aus der Perspektive meiner Leser:innen klingen, wenn sie genau das jetzt tun wollen? (Bsp.: "Ja, ich will dabei sein!" / "Ich habe eine Frage an dich!" / "Ja, ich will eine kostenlose Beratung" / "Das muss ich haben!" / "Ich will nicht länger warten" etc.)



Schau dir all deine Formulierungen noch einmal an: Welcher Call-to-Action eignet sich für welchen Text am besten? Kurz und knackig sollte er auf jeden Fall sein! Zieh ruhig deine Freunde und Bekannte zu Rate und frag sie, auf welchen Button sie am ehesten klicken würden.



# Über mich

*Hallo, ich bin Nora Kraft – die Frau mit AUSDRUCKSKRAFT! Ich zeige dir, wie du einfach und treffsicher die richtigen Worte für dein Unternehmen findest, auch wenn es dir schwer fällt zu texten.*

Egal ob Webseiten, Social-Media-Posts oder Blogbeiträge: Mein Ziel ist, dass du mit Spaß überzeugende Texte schreibst, die hängen bleiben und deinen Erfolg unterstützen!

Was mich dabei von anderen unterscheidet?



1. Du profitierst von vier verschiedenen Perspektiven auf einmal: Meine Text-Erfahrungen habe ich im **Journalismus** (u.a. WDR und Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung), in **PR-Agenturen** (beim damaligen Branchenführer Pleon) und in **Unternehmen** (als Teamleiterin in der Öffentlichkeitsarbeit) gesammelt, bevor ich mich **selbstständig** gemacht habe.
2. Ich gestalte leidenschaftlich gern Flipcharts und setze weitere kreative Ideen ein, um Inhalte anschaulich, verständlich, mit viel Spaß und Humor zu vermitteln.
3. Ich kann meinen Namen tanzen ;- ) Ja, ich war 13 Jahre lang auf der Waldorfschule - und bin überzeugt davon, dass meine Liebe zu Sprache und Kreativität dort auf besonders fruchtbaren Boden gefallen ist.



# So erreichst du mich

*Fehlen dir Ideen, Kniffe und Strategien, um Texte mit Schmackes zu schreiben? Dann vernetz dich mit mir auf LinkedIn, Instagram und Facebook. Hier gebe ich regelmäßig Tipps und biete Einblicke hinter die Kulissen!*

Wenn es dir schwer fällt, die treffenden Worte über dich und dein Angebot zu finden, verrate ich dir was: Als ich mich vor fünf Jahren selbstständig gemacht habe, ging es mir genauso. Da haben mir auch meine 20 Jahre Texterinnen-Erfahrung nichts genützt. Überzeugende Worte über sich selbst zu finden ist einfach eine andere Hausnummer – das ist und bleibt eine Herausforderung. Die gute Nachricht ist: Du kannst es tatsächlich lernen! Ich teile gerne meine Erfahrungen und mein Wissen mit dir.



Instagram: [Ausdruckskraft](#)

Facebook: [Ausdruckskraft](#)

LinkedIn: [Nora Kraft](#)

Web: [www.ausdruckskraft.de](http://www.ausdruckskraft.de)

**AUSDRUCKSKRAFT** !  
Starke Texte. Klare Botschaften