Ein Bild, das Text, Schrift, Logo, Grafiken enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

Web-Workbook

# Geführtes Texten für deine Webseite

Ein Bild, das Text, Screenshot, Buch, Im Haus enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

Hallo!

Deine Webseite steht in den Startlöchern oder du willst deine Web-Inhalte überarbeiten?

Nutze mein „Web-Workbook“ als Hilfestellung. Geeignet ist es für kleinere Webseiten mit 2-5 Unterseiten. Du wirst mit schnellen Erfolgen Spaß am Entstehen deiner Webseiten-Inhalte haben. Wenn du so weit bist, sende mir gern dein „Werk“ und ich mache dir ein Angebot für eine Feedback-Runde oder/und inhaltliches Lektorat.

Als Einleitung findest du **Texter-Tipps und Fokus-Themen**, wenn du sie nutzen möchtest.

Ansonsten geht es ab „**Deine Webseite**“ komplett um deine Webseite. Ich habe Vorschläge eingetragen, was auf welche Seite gehört. **Schreibe direkt in dieses Dokument**, ändere einfach alles, was dir nicht passt und texte los.

Wenn du so gar nicht weiterkommst, lass uns einen Web-Workshop machen, in dem wir die Inhalte gemeinsam erarbeiten: lose Fäden aufnehmen und verknüpfen. Auch für technische Hilfestellungen bei der Umsetzung deiner Webseite im Content Management System stehe ich zur Verfügung.

Ich wünsche dir viel Freude an diesem kreativen Prozess!

Herzliche Grüße

Eva

Web-Stoff | Content mit rotem Faden  
Mobil: 0176/97865531  
E-Mail: web-stoff@weigell.com

Inhaltsübersicht

[Geführtes Texten für deine Webseite 1](#_Toc164439104)

[Texter Tipps 4](#_Toc164439105)

[Falls die Motivation fehlt 4](#_Toc164439106)

[Finde und kenne deinen USP 4](#_Toc164439107)

[Finde und kenne deine Zielgruppen 5](#_Toc164439108)

[Grundlegendes zum Website-Texten 5](#_Toc164439109)

[Texten mit KI 7](#_Toc164439110)

[Deine Webseite 8](#_Toc164439111)

[Die Struktur 8](#_Toc164439112)

[Startseite 9](#_Toc164439113)

[Unterseite: Produkte/Dienstleistungen (diese Seite für weitere Produkt-Unterseiten kopieren) 10](#_Toc164439114)

[Unterseite: Über mich 11](#_Toc164439115)

[Unterseite: Kontakt 12](#_Toc164439116)

[Unterseite: Impressum/Datenschutz 13](#_Toc164439117)

[Wer ist Web-Stoff? 14](#_Toc164439118)

# Texter Tipps

*Übrigens: wenn du die Übungen handschriftlich machst, nutzt du die Verbindung von Hirn und Hand für eine besonders und machst die Übung damit besonders nachhaltig.*

## Falls die Motivation fehlt

Ist es schwer einen Anfang zu finden? Deine Formulierungen gefallen dir nicht? Du schiebst das Texten auf die lange Bank? Hier ein paar Tipps, wie du dich motivieren kannst:

* **Free Writing (10 Min)**  
  Um einen Anfang zu finden schreibe für ca. 10 Minuten alles unstrukturiert auf, was dir zu deinem Unternehmen einfällt: Produkte, Dienstleistungen, Motivation, Ziele, Assoziationen, Fragen… Nach den 10 Minuten lies dir die Texte durch und unterstreiche, was dir wichtig erscheint. Dies kann ein wertvoller Ausgangspunkt für Themen und Strukturen sein.
* **10 Minuten am Tag (10 Min)**  
  Wenn die Aufgabe dich zu erschlagen droht, oder du einfach keine Zeit findest, nimm dir einfach nur 10 Minuten vor. Wenn du diese 10 Minuten geschafft hast, verbuche das als Erfolg. Wenn du nach 10 Minuten im Flow bist… mach weiter!
* **Geistesblitze**  
  Dein Hirn arbeitet für dich ganz unangestrengt, auch wenn du gerade nicht an den Texten arbeitest. Gewöhne dir an Geistesblitze zu notieren. Z.B. in einer Messenger-Gruppe mit dir selbst. So kannst du sie bei der Arbeit am Text ganz einfach abrufen.
* **Mach Notizen (30 Min)**  
  Wenn du schon Inhalte hast, aber nicht weiterkommst: feile nicht weiter an den Inhalten, sondern mach dir Notizen, was dir gefällt und was dich stört. So hast du einen motivierenden Überblick, was du schon geschafft hast. Schlaf drüber und nimm dir am nächsten Tag einen Punkt vor, was dich noch stört oder fehlt.

## Finde und kenne deinen USP

Ein USP (Unic Selling Point) ist das Alleinstellungsmerkmal deines Unternehmens/Produkts/Dienstleistung, das als **Verkaufsargument** gegenüber deiner Kundengruppe dient. Um Texte über deine Leistungen oder Produkte zu schreiben, ist es wichtig diesen USP prägnant formuliert vor Augen zu haben. Falls du dir nicht sicher über deinen USP bist, schlage ich dir hier eine Übung vor, die du machen solltest, bevor du dich an deine Texte setzt.

**Assoziations-Schreiben 3 Mal 7 Minuten**

1. Schreibe für 7 Minuten alle **Wörter** auf, was dir zu deinem Unternehmen einfällt: Produkte, Dienstleistungen, Motivation, Ziele, Assoziationen, Fragen… Lies das Ergebnis und unterstreiche, was dir besonders wichtig vorkommt.
2. Nach einer Kaffeepause nimm dir erneut 7 Minuten Zeit, um mit den wichtigsten Wörtern USPs in **Sätzen** zu formulieren.
3. Nach einer weiteren Pause oder am nächsten Tag kürze die entstandenen Sätze zu den **drei wichtigsten Aussagen** über dein Unternehmen. Bist du mit dem Ergebnis zufrieden?

## Finde und kenne deine Zielgruppen

Wenn du Texte erstellst, dann meist mit dem Zweck, dass sie an andere gerichtet sind. Die gewünschten Leser\*innen können in Zielgruppen aufgeteilt werden. In der Regel sind es Kundengruppen, die du ansprechen möchtest, vielleicht aber auch Lieferanten oder Mitglieder. Es ist wichtig die Wünsche, Probleme, Vorkenntnisse und die Sprechweise zu kennen, mit der deine Kund\*innen auf deine Webseite gelangen. Nur so kannst du sie gezielt dort abholen, wo sie stehen und sie erfolgreich ansprechen.

Wenn du noch kein genaues Bild von deinen Kundengruppen hast, versuche diese Übungen, um dir ein klares Bild zu machen:

1. **Clustern Unternehmen (15 Min)**  
   Schreibe auf ein Blatt Papier den Namen deines Unternehmens. Nun schreibe darum herum Wörter (keine Sätze), die in Zusammenhang stehen und versuche sie intuitiv thematisch zu sortieren: Produkte, Argumente, Kunden, Vorteile, etc. Nutze das Ergebnis als Stoffsammlung und als Ausgangspunkt zum Weiterdenken.
2. **Clustern Kunden (15 Min)**  
   Was ist dir in Übung 1 zu den Kunden eingefallen? Wiederhole die Übung mit der Konzentration auf die Kundengruppen. Im Mittelpunkt steht „Kundengruppen“. Finde nun verschiedene Kunden und schreibe intuitiv, was dir dazu einfällt: spezifische Produkte, Probleme deiner Kunden, deine Lösungen, Kosten, Eigenschaften deiner Kunden (Demographie, Werte, Einkommen, Verhalten), Märkte, etc. Wo ist dir besonders viel eingefallen? Welcher der Kundengruppen ist dein „Wunsch-Kunde“? Wo siehst du das größte Potential Umsatz zu generieren? Welche Kunden bringen die interessantesten Projekte für eine zukünftige Ausrichtung?
3. **Avatar deiner Top 2 Kunden (30 Min)**Aus den Übungen zuvor hast du ein gutes Gefühl für deine wichtigsten Kundengruppen bekommen. Suche dir deine zwei wichtigsten Kundengruppen heraus und erstelle für sie ein „Avatar“: Suche dir ein passendes Bild von einer Person und schreibe darunter einen Steckbrief mit den wichtigsten Infos, um die Person in deiner Vorstellung lebendig werden zu lassen: Lebenslauf, Hobbies, Arbeitsplatz, Anliegen, Herausforderungen, Werte, Ängste, Typische Sprüche etc. Werde kreativ. Dieses Schaubild wird dir später helfen, für diese Person (suchmaschinenoptimiert) Texte zu schreiben, kann aber auch eingesetzt werden, um dein Marketing zu planen oder SEA-Optimierungen vorzunehmen.

## Grundlegendes zum Website-Texten

Ja, ich weiß, du willst loslegen... Wenn du diese Tipps beim Texten im Hinterkopf behältst, kann nicht viel schief gehen.

1. **Aufteilung der Inhalte in Zeilen und Spalten**  
   Wenn du deine Inhalte hast, wirst du sie bei der Erstellung der Webseite in Zeilen und Spalten anordnen. Bei der Strukturierung der Texte kannst du also schon mit bedenken: Welche Info steht ganz oben, was folgt ihr? Was steht sinnvollerweise nebeneinander?
2. **Benutzerführung und Verlinkung**  
   Besucher lesen im Internet nicht, sie überfliegen. Achte darauf, dass die Inhalte deiner Webseite bereits durch Überschriften verständlich sind und schon im oberen Bereich klar ist, was auf der Seite zu finden ist – sonst wird gar nicht erst nach unten gescrollt. Nur bei Interesse liest der Besucher weiter und „verirrt“ sich bis in die rechte Seite deiner Webseite.  
   Achte darauf dem Besucher am Ende der Seite eine Handlung vorzuschlagen – ein Call to Action (CTA) – z.B. dich zu Kontaktieren.
3. **Gestaltungsmöglichkeiten (Klappen, Scrollen, …)**

Dein Besucher hat ein Anliegen und möchte die Lösung möglichst schnell finden. Achte auf Übersichtlichkeit (so viel Information wie nötig) aber auch ausreichend Informationsdichte (mehr Information verlinkt oder zum Aufklappen). Es gibt nicht nur Überschrift und Fließtext. Nutze die Textgestaltung und -strukturierung, um Inhalte übersichtlich und ansprechend zu Gestalten

* + Überschriften und Unterüberschriften
  + Aufzählungen
  + Aufklapp-Texte/Ziehharmonika
  + Mehr-Buttons
  + Mouse-Over
  + Fettungen im Text
  + Zitate
  + Bewertungen, Kundenstimmen
  + Presseberichte
  + Umfragen, Chat, Interaktives
  + Grafiken, Videos, Fotos, Banner

1. **Titel und andere Meta-Tags**

Meta-Tags sind Inhalte, die in den Seiteneinstellungen angegeben werden, aber nicht auf der Seite sichtbar sind. Besonderes Augenmerk ist auf den Titel der Seite zu legen, da er z.B. in den Browser-Tabs angezeigt wird oder als Ergebnis der Suchmaschinen-Treffer. Auch bei Verlinkungen oder Bildern können Alternativ-Texte angegeben werden, die für die Suchmaschinenoptimierung interessant sind. (Der Meta-Tag „Description“ wird eigentlich nicht mehr von Suchmaschinen benutzt, es kann aber nicht schaden ihn einzutragen, besonders für dich als Fokus, was auf die Seite gehört. Hier sollte ein einladender Satz stehen, der den Inhalt der Seite beschreibt.)

1. **SEO-Optimiertes Texten**

Es gibt sehr viel zu beachten. Aber diese drei Faktoren sind einfach zu befolgen und die wichtigsten Stellschrauben:

1. Nutze Keywords in deinem Titel, die dein Kunde auch benützen würde
2. Nutze Keywords in deinen Überschriften
3. Nutze im Text Wort-Varianten deiner wichtigsten Keywords und nutze Textstrukturierungen wie Fettungen, Aufzählungen und sinnvolle interne Verlinkungen.

## Texten mit KI

KI wie der Microsoft Copilot sind noch nicht lange verfügbar, aber für manche Aufgaben kaum noch wegzudenken. Natürlich kannst du dir das Schreiben auch erleichtern, indem du die Möglichkeiten der KI nutzt. Es geht weniger darum, Texte einfach zu kopieren, denn der Text für deine Webseite soll einzigartig sein und sehr spezifisch auf dich und deine Kund\*innen zugeschnitten sein. Ein KI-Text ist immer nur so gut wie der Prompter – also der- oder diejenige, die Anweisungen eingibt, den Kontext berücksichtigt, Themen vorgibt, auswählt und verbessert.

Hier ein paar Tipps, wie du den KI Prompts (Anweisungen) gibst, um möglichst guten Output zu erzielen.

1. Klare Anweisungen: Kommuniziere präzise deine Anforderungen an den Text, z.B. Thema, Stil, Zielgruppe und gewünschte Länge. Auch den Kontext z.B. deiner Webseite kann die KI mit einbeziehen, um relevante Inhalte auszugeben.
2. Feedback geben: Gib der KI Rückmeldung zur Qualität und was sie ändern soll. Bitte die KI um zusätzliche Alternativen z.B. für Überschriften, Absätze und Schlagworte.
3. Kreative Prompts verwenden: Um nicht die immer gleichen 0-8-15-Texte zu bekommen, werde kreativ und fordere ungewöhnliche Textformen und kreative Ansätze. Das Ergebnis kann dich positiv überraschen oder zu neuen Inhalten inspirieren.
4. Vorlagen verwenden: Gib der KI Beispieltexte oder bitte z.B. um Zusammenfassungen von Texten. Die KI kann damit genauer verstehen, was du für einen Text erwartest.
5. Achtung Faktencheck! KIs sind mit Texten „gefüttert“, die nicht aktuell sind. Sie arbeiten außerdem mit Wahrscheinlichkeiten. Aktuelle Themen (z.B. tagesaktuelles politisches Geschehen) sind nicht Bestandteil ihrer Inhalte. Prüfe deswegen immer kritisch den Inhalt der KI. Ein Faktencheck ist immer Teil der Arbeit mit KI-Texten!

Lerne verschiedene KI-Tools kennen. Hier ein Überblick über verschiedene Tools:

|  |  |
| --- | --- |
| **Tools** | **Spezialität** |
| * OpenAI GPT4 | Allrounder |
| * Grammarly * Hemmingway Editor * ProWritingAid | Textkorrektur, Stilverbesserung, Grammatik, Tonlage |
| * Jasper AI (ehem. Jarvis) * Copy.ai * Writesonic | Strukturierte Texte mit Einbezug von Kontext |
| * Surver SEO * INK | Suchmaschinen-Optimierung, Keyword-Analysen |
| * Articoolo | Ideenfindung, kurze Texte |

Informiere dich auch im Internet, denn KI-Tools werden immer weiterentwickelt und es werden aktuell viele neue Tools gelauncht.

Und jetzt geht’s los!

# Deine Webseite

## Die Struktur

Eine Standard-Struktur ist z.B.:

* Startseite
* Produkte/Dienstleistungen
* Über mich/uns
* Kontakt
* Impressum in der Fußzeile

**Platz für Notizen (Ideen, Fragen, etc.):**

* xxx

## Startseite

|  |  |
| --- | --- |
| Was ist der Zweck der Seite? | Es ist das **Schaufenster** deines Unternehmens. Es soll **sofort** klar werden, **was** du anbietest. Außerdem **leitet** es den Besucher (der unterschiedliche Vorkenntnisse und Anliegen hat) zu den Informationen weiter, die ihn interessieren. Sorge dafür, dass du **Vertrauen** schaffst, z.B. durch Referenzen. |
| Welche Fragen werden beantwortet? | Was – Was wird angeboten?  Wer – Wer bietet es an?  Warum – Warum sollte ich die Dienstleistung in Anspruch nehmen? (Was erreicht dein Kunde? Was ist dein Alleinstellungsmerkmal/Verkaufsargument)  Wie – Wie komme ich an die Diesnstleistung? (Link zu den Kursen und Kontaktaufnahme-Möglichkeit) |
| Was soll der Besucher als nächstes tun? | Bitte eintragen |
| **Titel** | Bitte eintragen |
| **Description** | Bitte eintragen |

**Bildredaktion:**

* Da es bei der Startseite bereits um Vertrauen geht, ist evtl. ein Kontaktkasterl mit einem Bild von dir auch gut.
* Seitenfüllende Bilder brauchen eine Breite von 1920 px nicht überschreiten. Bei kleineren Bildern reicht die maximale vermutete Größe, z.B. 600 px oder bei Icons 30 px. Geeignete Formate sind .jpg oder .png . Evtl. musst du Kamera-Bilder auf 72 dpi herunterrechnen, um möglichst kleine, website-geeignete Dateigrößen zu erhalten, um die Webseite nicht unnötig langsam zu machen.

Einleitung: 1-2 Sätze WER und WAS

Weiteres zu deinen wichtigsten Produkten.

Referenz: z.B. Kunden, Partner, Zertifikat, Anzahl deiner Kundinnen… was Sinn ergibt. Kurz gehalten, z.B. als Logo-Banner oder „Meine Firma in Zahlen“

Call to Action (CTA): Auffällige Aufforderung, was der\*die Besucher\*in als nächstes tun soll.

Bereich Kontakt (Bild und Anreißer-Text bzw. Kontaktdaten; Verlinkt zu Über mich)

**Platz für Notizen (Ideen, Fragen, etc.):**

* xxx

## Unterseite: Produkte/Dienstleistungen (diese Seite für weitere Produkt-Unterseiten kopieren)

|  |  |
| --- | --- |
| Was ist der Zweck der Seite? | Überblick über Produkte/Dienstleistungen geben |
| Welche Fragen werden beantwortet? | **Was** wird angeboten?  Welche **Probleme** werden gelöst?  Was **kostet** das?  Wo bekomme ich **mehr Infos**?  **Wie** kann ich buchen? |
| Was soll der Besucher als nächstes tun? | Bitte eintragen |
| **Titel** | Bitte eintragen |
| **Description** | Bitte eintragen |

Einleitung zu den Dienstleistungen

Ansprechende und übersichtliche Darstellung der Produkte/Dienstleistungen. Evlt. sind weitere Unterseiten sinnvoll.

Kontaktmöglichkeit evtl. sogar direkt das Kontaktformular einbinden oder Auffällig ein Kontakt-Kasten, über den man dich anrufen / emailen kann.

**Platz für Notizen (Ideen, Fragen, etc.):**

* xxx

## Unterseite: Über mich

|  |  |
| --- | --- |
| Was ist der Zweck der Seite? | Vertrauen und Sympathie aufbauen |
| Welche Fragen werden beantwortet? | **Wer** bist du?  **Wie** bist du zu dem Business gekommen?  Welche **Referenzen**, Ausbildungen, Kunden, Partner … hast du?  Wie erreiche ich dich? |
| Was soll der Besucher als nächstes tun? | Bitte eintragen |
| **Titel** | Bitte eintragen |
| **Description** | Bitte eintragen |

Wer bist du privat? Was ist dir in der Arbeit wichtig? Was ist dein Antrieb?

Werdegang

Referenzen, Zertifikate, …

Bereich, der zu den Dienstleistungen führt

CTA dich zu kontaktieren

**Platz für Notizen (Ideen, Fragen, etc.):**

* xxx

## Unterseite: Kontakt

|  |  |
| --- | --- |
| Was ist der Zweck der Seite? | Besucher möchten hier nicht nur eine Nachricht senden. Oft möchten sie die Adresse oder Telefonnummer nachsehen. |
| Welche Fragen werden beantwortet? | Wie erreiche ich dich? |
| Was soll der Besucher als nächstes tun? | Eine Nachricht senden oder Anrufen. |
| **Titel** | Bitte eintragen |
| **Description** | Bitte eintragen |

Heiße den Besucher willkommen, damit er das Gefühl hat du wartest sehnsüchtig auf eine Nachricht 😉

Je nachdem, wie du am liebsten kontaktiert werden möchtest oder was deine Erfahrung ist, wie deine Kundinnen dich am liebsten kontaktieren biete an:

* Kontaktformular
* Adresse (z.B. nach Anmeldung)
* Telefonnummer
* Mobilnummer auch für WhatsApp/Signal…
* E-Mail-Adresse

Beschreibe hier auch gern, wie die Kontaktaufnahme abläuft, was du wissen musst, wie lang du für eine Antwort brauchst, dass du erstmal telefonierst und dann eine Empfehlung gibst, etc.

Auch hier ist ein Bild von dir passend.

Wenn du ein Kontaktformular einbindest, richte beim Absenden des Kontaktformulars einen Bestätigungstext ein, der deinem Interessenten ein gutes Gefühl vermittelt – yea! Der erste Schritt ist getan!

**Platz für Notizen (Ideen, Fragen, etc.):**

* xxx

## Unterseite: Impressum/Datenschutz

Ich empfehle zur Erstellung von Impressum/Datenschutzhinweisen einen Generator zu verwenden. Für kleine Webseiten, auf denen auch keine Informationen gesammelt werden (außer über z.B. ein Kontaktformular), sind kostenfreie Generatoren meist ausreichend. Es ist ratsam, diese rechtlichen Texte jährlich zu aktualisieren, da sich Rechte ändern können und Formulierungen sich dann anpassen. Achtung – Nutzungsbedingungen beachten (z.B. müssen ggf. die Links zu der Quelle angegeben werden)

Zum Beispiel bei

* https://datenschutz-generator.de/
* https://dsgvo-muster-datenschutzerklaerung.dg-datenschutz.de/
* https://www.wbs.legal/
* https://www.activemind.de/
* https://www.e-recht24.de/

Prüfe, ob du Inhalte anderer Anbieter einbindest (z.B. Google Maps, Google Analytics…) – sind diese Verlinkt (man bei der Nutzung also deine Seite verlässt) ist das kein Problem. Nur wenn du sie EINBINDEST, ist das ein Fall für eine notwendige Einwilligung deines Besuchers. Bei der Einbindung von Inhalten europäischer Anbieter müssen diese Anbieter nur in der Datenschutzerklärung genannt werden.

Cookie-Banner sind nur notwendig, wenn deine Webseite oder das verwendete Analyse-Tool Coockies speichert. In deinem Browser kannst du selber prüfen, ob du Cookies verwendest. Wenn du einen Cookie-Banner einbindest, wird das entsprechende Plugin dich durch den Prozess führen und Cookies aufspüren.

# Wer ist Web-Stoff?

Ein Bild, das Menschliches Gesicht, Person, Lächeln, draußen enthält.

Automatisch generierte Beschreibung2023 machte ich mich mit Texten und Datenpflege für digitale Kommunikation selbständig.

Als **freie Online-Redakteurin** unterstütze ich Gründer\*innen, Kleinunternehmer\*innen und Marketing-Teams mit Konzepten, Content und Datenpflege. Dabei ist es mir wichtig, **dass du nach unserem Projekt auch selbständig deine digitale Kommunikation weiterentwickeln und bearbeiten kannst.**

Als Einzelunternehmerin bin ich deine Sparringpartnerin. Um unser gemeinsames Ziel zu erreichen, will ich dir nicht alles neu verkaufen, sondern ich tüftel an einer **effizienten, pragmatischen und nachhaltigen Umsetzung** z.B. mit Vorlagen, Daten und Software, die du bereits nutzt. Das ist es, was mir in meinem Berufsleben immer am meisten Spaß gemacht hat und was ich gut kann. Ich liebe es, wenn Webseiten so gut gemacht sind, dass sie sich “stofflich” anfühlen und trotz des digitalen Cloud-Daseins ein Unternehmen greifbar und erreichbar machen.

Ich bin „Mompreneurin“, das heißt meine freiberufliche Tätigkeit ermöglicht es mir, Familie und Arbeit miteinander zu verweben. Meine Zeit ist mir kostbar. Deswegen lege ich viel Wert darauf, dich und deine Werte zu kennen, um dich bestmöglich zu begleiten. Nur so kann ich mir sicher sein, dass wir gut zueinander passen.

Meine Leitwerte sind: Kreativität, Offenheit und Nachhaltigkeit. Außerdem brenne ich für die Themen Gleichberechtigung, Nahrungsmittelproduktion und Gastrosophie.

Die Erstanalyse deiner bestehenden Webseite mit Anregungen und Vorschlägen ist für dich **kostenfrei**. Auch für das erste Beratungsgespräch bis zur Beauftragung fallen keine Kosten an. Natürlich bin ich auch weiterhin für Rückfragen jederzeit für dich da.

U R wellcome! 😉