

Wortgewalt: Content Quality

Du bist ein Experte in deinem Bereich, aber formulierst du so, dass Leser bleiben? Scan-Verhalten, Text-Design und perfekte Rhythmen. Mache graue Text-Wüsten zu einem Spaziergang für deine Kunden.

1. Struktur & Scanbarkeit

- Keine "Text-Wüsten" (Wall of Text):** Große Textblöcke sind verboten. Nach maximal 3–5 Zeilen wird ein neuer Absatz begonnen.
- Harte Absätze:** Jeder neue inhaltliche Gedanke beginnt sichtbar als neuer Absatz.
- Bulletpoints genutzt:** Sind lange Aufzählungen in Fließtexten in knackige Listen (Checklisten-Optik) wie diese hier umgebaut worden?
- Wichtige Signal-Wörter gefettet:** Um die Augen des "Scanners" zu leiten, sind entscheidende Benefits **fett markiert** (siehe links).

2. Sprache & Tone of Voice

- Nutzer-Fokus ("Du" vs. "Ich"):** Wird häufiger "Du / Sie" als "Wir / Ich" gesprochen? (Fokus auf Nutzwert des Kunden, nicht auf Nabelschau).
- Aktive Verben statt Passiv:** Vermeide "Das Produkt kann durch XY genutzt werden". Besser: "Nutze das Produkt für XY".
- Fremdwörter übersetzt:** Ist der Text frei von "Fach-Bullshit", den ein absoluter Anfänger in dem Segment nie verstehen würde? Wenn nein, ist er direkt erklärt?

3. Emotionaler Spannungsbogen

- H2 Überschriften (Sublines) ziehen an:** Dienen die Zwischenüberschriften zum "Anlocken"? (Anstatt: "Unsere SEO" -> Besser: "Warum du noch 20 Stunden in Woche 1 gefunden wirst" ...).
- Die "Nutzen über Feature" Regel:** Wird nicht nur ein Datenblatt präsentiert ("Sonnenschutzfaktor 50"), sondern auch der reelle Nutzen verständlich gemacht ("Verhindert Sonnenbrand am ersten Strandtag")?

Tipp der Profis: Lies dir deinen eigenen Copywriting-Text immer einmal laut vor. Wenn dir dabei die Puste ausgeht oder ein Satz seltsam holpert, bricht genau dort der Lesefluss deines Besuchers ab. Formuliere gnadenlos kürzer und klarer.

