

# Texterstellung

## Beschreibung



Eine Texterin/ein Texter ist eine Person, die als Auftragsnehmerin/ Auftragsnehmer oder auf Projektbasis für ein Unternehmen oder eine Organisation Texte schreibt. Diese Texte werden verwendet, um ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Marke zu vermarkten und zu verkaufen (dies kann Verkaufsseiten, digitale Medien, Blog-Posts, Zielseiten, Social-Media-Posts, eBooks, Fallstudien und Whitepaper umfassen). Das Ziel des Textes ist es, zu überzeugen, zu informieren, in Suchmaschinen (meist Google) gut zu ranken und die Leserin/den Leser zu motivieren, sofort zu handeln.

Beim Werbetexten geht es um Ideen,  
Wertvorstellungen und  
Kommunikationsfähigkeiten!



IHR PORTFOLIO AUFBAUEN

UNBEZAHLTES SCHREIBEN ALS ERFAHRUNG

BEWEISEN SIE SICH SELBST

KREATIV UND PHANTASIEVOLL SEIN

NIE AUFHÖREN ZU LERNEN

GLAUBWÜRDIGKEIT SCHAFFEN

GRUNDLAGEN DES MARKETINGS UND DER  
UNTERNEHMENSFÜHRUNG LERNEN

IHRE ZEIT VERWALTEN

SICH UM DAS NETZWERK IHRER KUNDSCHAFT  
KÜMMERN





## Investition oder Kosten des Eintritts

Zu Beginn sind folgende Investitionen notwendig:

- Bleistift und Papier (€)
- Desktop-PC oder Laptop, Monitor + relevante Peripheriegeräte (€€)
- Software wie Office-Programme und Textverarbeitung (€€)
- Telefonrechnung (€)
- Schulung und Zertifizierung, z. B. Kurse, Bücher, YouTube-Videos, Lernen ist entscheidend für erfolgreiche selbstständige Texterinnen/ Texter (€€)
- Erstellen Sie Content-Marketing, um Ihre Arbeit zu bewerben (€)
- Erstellen Sie ein Netzwerk potenzieller Kundschaften und/oder Partnerinnen/Partner (€)
- Erstellen Sie eine Website und / oder beginnen Sie mit dem Aufbau eines Portfolios, um Ihre Arbeit zu zeigen (€)



## Auswirkungen auf die

Die Umweltauswirkungen:

- Remote-Arbeit. Der laufende Energieverbrauch (Beheizung von Häusern, Wasserverbrauch und Stromverbrauch) bleibt ein Problem. (🌿🌿🌿)
- Papierherstellung, -verwendung und -druck von Abfällen (🌿)
- Energieverbrauch Ihres Computers (🌿🌿🌿)
- Speicherung von Daten in der Cloud (🌿🌿🌿)

Möglichkeiten, es zu reduzieren, sind:

- Remote Arbeit reduziert den Kohlenstoff Fußabdruck durch:
  - Weniger täglicher Pendlerverkehr reduziert die CO<sub>2</sub>-Aufnahme und verbessert die Luftqualität in bebauten Gebieten.
  - Weniger Verwendung von Einwegkunststoffen, da die Arbeitnehmenden in der Regel von zu Hause aus essen und trinken.
  - Weniger Energieverschwendung von Computern, Lichtern, Druckern usw., die unnötig über einen längeren Zeitraum des Tages eingeschaltet bleiben
  - Weniger Druck- und Papierverschwendung, da standardmäßig E-Files und PDFs verwendet werden
- Papier kann recycelt werden
- Schalten Sie Geräte aus, wenn Sie nicht arbeiten, um "Geisterstrom" zu verhindern.
- Versuchen Sie, die gespeicherten Dateien zu optimieren. Löschen Sie alle unnötigen Dateien, Apps, Fotos und Videos.
- Schaffung von Vorkehrungen für digitale Lösungen (d. h. Notizen auf Laptops und/oder Notiz-Apps auf Smartphones, digital zugängliche Inhalte in der Cloud)





## Bewährte Praktiken

- **Seien Sie neugierig:** Lassen Sie sich von überall inspirieren
- **Respektieren Sie die Kundschaft:** Behalten Sie es immer im Hinterkopf und stellen Sie gute Fragen, um wichtige Informationen zu erhalten.
- **Kennen Sie Ihr Publikum:** Es ist wichtig zu wissen, wer Ihr Publikum ist und wie Sie mit ihm kommunizieren können. Wenn Sie gewisse Arbeit erledigt haben, können Sie die adäquate Sprache verwenden, um damit in Resonanz zu treten.
- **Seien Sie methodisch:** Wählen Sie die geeignete Copywriting-Gliederung; Planen Sie jeden Abschnitt des Textes, erhalten Sie Feedback von Stakeholdern und durchlaufen Sie mehrere Bearbeitungsrounden
- **Seien Sie klar und prägnant:** Beginnen Sie mit klaren und überzeugenden Überschriften, verwenden Sie eine einfache Sprache und kommen Sie auf den Punkt, betonen Sie Ihr Wertversprechen.
- **Copywriting und Nachhaltigkeit:** Die emotionale Verbindung mit Kundschaft und anderen Interessengruppen durch die Übermittlung einer kritischen, ethischen und umweltfreundlichen Position wird immer wichtiger, um einen nachhaltigeren Lebensunterhalt zu verbessern.



## Die Wahl der richtigen Struktur

# Die Wahl der richtigen Struktur

1. Beschreiben Sie ein Problem und stellen Sie das Produkt als Lösung für dieses Problem dar.
2. Erzählen Sie eine Geschichte, in der das Produkt eine Rolle spielt und die Hauptperson ist.
3. Stellen und beantworten Sie mögliche Fragen der Kundschaft in Bezug auf das Produkt.
4. Unterteilen Sie Ihren Inhalt in Abschnitte.
5. Beschreiben Sie dieselbe Situation aus mehreren Perspektiven.
6. Beginnen Sie auf einer allgemeinen Ebene und entwickeln Sie dann tiefere Detailstufen.

**Wählen Sie die richtige Struktur, um die Leserin/den Leser zum Handeln zu bewegen!**



## Herausforderungen

- **Schreiben ohne Portfolio**
- **Marketing nicht verstehen:** Das Bewerben von sich selbst und Ihrer Dienstleistungen ist von grundlegender Bedeutung, um freiberuflich erfolgreich zu sein. Daher kann ein Marketingplan Ihnen helfen, Ihr Geschäft zu verbessern.
- **Schleichendes Anwachsen des Aufgabenumfangs:** Schwierigkeiten bei der Verwaltung des Projektumfangs

- **Zeitmanagement** (Arbeitssicherung, Marketing, Aufbau Ihres Portfolios, Abwicklung administrativer Aufgaben, Vernetzung, u.a.)
- **Löhne verhandeln und bezahlt werden**
- **Pflege von Kundschaft**



## Allgemeine Beratung/ Lösungen

- **Bauen Sie Ihr Portfolio auf und etablieren Sie Glaubwürdigkeit**
- **Informieren Sie sich über Marketinggrundlagen und Unternehmensführung**
- **Vermeiden Sie Scope Creep:** Stellen Sie im Voraus die notwendigen und detaillierten Fragen, die Ihnen helfen können, den Arbeitsaufwand, das Aktivitätsprogramm, Ihre genauen Verantwortlichkeiten und die Erwartungen Ihrer Kundschaft zu verstehen.
- **Verwalten Sie Ihre Zeit:** Sie können dies tun, indem Sie Arbeitszeiten festlegen und einen Wochen- und Tagesplan erstellen, dem Sie folgen können.
- **Recherchieren Sie:** Es ist einfacher zu verhandeln, wenn Sie gute Informationen haben. Untersuchen Sie den Marktwert, bevor Sie eine Entscheidung treffen.
- **Herstellen einer Verbindung zu Ihrer Kundschaft:** Es kann Ihnen konsistente Aufträge, Empfehlungen und mehr Geld garantieren.





## Für wen ist dieses Tool/diese Aktivität?

- Jede, die/ jeder, der schreiben kann und die Bedürfnisse ihrer/seiner Beschäftigung oder der Kundschaft erfüllt.
- Texterinnen/ Texter sind eine Mischung aus Werbekreativen, Verhaltenspsychologinnen/Verhaltenspsychologen und Mitarbeitenden im Vertrieb.
- Eine gute Texterin/ ein guter Texter ist gebildet, neugierig, kreativ, nachdenklich und hat Disziplin.
- Menschen mit starken Kommunikationsfähigkeiten: Sie sollten in der Lage sein, gut zu schreiben und überzeugende Inhalte zu erstellen, um die Aufmerksamkeit der Leserin/ des Lesers zu erregen. Sie müssen Ideen prägnant und effektiv kommunizieren und verschiedene Themen leicht verständlich machen.
- Menschen mit starken organisatorischen Fähigkeiten.

## Schlussfolgerung

- **Copywriting ist Schreiben mit einem beabsichtigten Zweck.** Der Text zielt darauf ab, die Leserin/den Leser zu beraten und sie/ihn zum Handeln zu ermutigen.
- **Beim Copywriting geht es um Ideen, Wertversprechen und Kommunikationsfähigkeiten:** Es geht um die Fähigkeit, ein Konzept in



eine kreative, effektive und überzeugende Sprache zu verwandeln, die inspiriert.

- **Es erfordert keine hohen Investitions- oder Einstiegskosten**, aber es braucht Zeit, um eine solide Vertrauensbasis, das Netzwerk der Kundschaft und die Glaubwürdigkeit zu festigen.
- **Die Umweltbelastung ist eher gering** und hängt hauptsächlich mit dem Energieverbrauch zusammen, der für die Ausführung von Computer- und Online-Aufgaben benötigt wird. Es gibt Möglichkeiten, es zu reduzieren oder zu kompensieren.
- **Eine Texterin/ein Texter muss einfühlsam sein und wissen, wie man vor Kunden auftritt.** Sie müssen auch die Zielgruppe kennen und sich an die Sprache der Leserinnen/ Leser anpassen. Sie müssen eine großartige Geschichtenerzählerin/ ein großartiger Geschichtenerzähler und eine technische Redakteurin/ein technischer Redakteur sein.

## Referenzen

- 9 Probleme, mit denen jeder freiberufliche Schriftsteller konfrontiert ist, wenn er anfängt. (6. Mai 2021). Wave Freelance Hub. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.waveapps.com/freelancing/writing/freelance-writing-challenges>
- CopyPress. (2. Mai 2022a). Freiberufliche Texter: Ihre beste Content-Lösung? Content-Marketing-Agentur | Content-Marketing-Dienstleistungen von CopyPress. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- CopyPress. (2. Mai 2022b). Freiberufliche Texter: Ihre beste Content-Lösung? Content-Marketing-Agentur | Content-Marketing-Dienstleistungen von CopyPress. Abgerufen am





14. Juni 2022 von <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>

- Copywriting, A. (28. Januar 2013). Texter | Copywriting- | Texter in Norwich, Norfolk, UK. ABC Texterstellung. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.abccopywriting.com/>
- Copywriting-Herausforderungen, denen Sie sich stellen müssen. (3. August 2021). GigLeads. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://gigleads.uk/copywriting-challenges-you-will-have-to-face/>
- TAG DER DIGITALEN BEREINIGUNG. (n.d.). DIGITAL CLEANUP DAY – Tag der digitalen Bereinigung. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.digitalcleanupday.org>
- Greene, S. (14. Februar 2020). Möchten Sie freiberuflicher Texter werden? Betrachten Sie zuerst diese Herausforderungen. Susan Greene Texterin. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.susangreenecopywriter.com/articles/freelance-copywriter-challenges.html>
- H. (1. Oktober 2017). Top-Tipps von einem freiberuflichen Texter. Honchō. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/top-tips-freelance-copywriter/>
- Halstead, J. (21. Februar 2022). Ein Leitfaden für Anfänger zum freiberuflichen Copywriting. Honchō. Abgerufen am 14. Juni 2022 von [https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/beginners-guide-freelance-copywriting/#:%7E:text=A%20freelance%20copywriter%20is%20someone,\)%2C%20convert%20customers%20and%20more.](https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/beginners-guide-freelance-copywriting/#:%7E:text=A%20freelance%20copywriter%20is%20someone,)%2C%20convert%20customers%20and%20more.)
- Wie man ein freiberuflicher Texter wird (mit FAQ). (n.d.). In der Tat Career Guide. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/how-to-become-freelance-copywriter>
- Kardos-Latif, D. (19. Mai 2022). 16 Copywriting-Tools für effektiveres Schreiben, die Sie heute verwenden sollten. UX Studio. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://uxstudioteam.com/ux-blog/copywriting-tools/>
- Kreimer, I. (22. Juni 2021a). Wie man ein freiberuflicher Texter wird: Eine Roadmap für Anfänger. Gründer. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://foundr.com/articles/marketing/how-to-become-a-freelance-copywriter>
- McCoy, J. (6. November 2020). Was macht ein Texter? (Infografik). Unternehmer. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.entrepreneur.com/article/355287>
- McMillen, J. (19. Dezember 2021). Was macht ein Texter? Erfolgreiche Autoren tun diese 4 Dinge. Jacob McMillen Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://jacobmcmillen.com/what-does-a-copywriter-do/>
- McMillen, J. (10. Januar 2022). Wie man ein Texter wird und im Jahr 2022 sechsstellige Beträge + verdient. Jacob McMillen Abgerufen am 14. Juni 2022 von



<https://jacobmcmillen.com/how-to-become-a-copywriter/>

- Morollo, M. K. (9. Dezember 2021). Die Herausforderungen, ein freiberuflicher Schriftsteller zu sein - das Startup. Mittel. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://medium.com/swlh/the-challenges-of-being-a-freelance-writer-967d24386c01>
- Patel, S. (8. Juni 2022). Best Practices für effektives Copywriting. Olivine — Eine Produktmarketingagentur. Abgerufen am 14. Juni 2022 von <https://www.olivinemarketing.com/articles/best-practices-for-copywriting>
- Reduzierung der Umweltauswirkungen eines Online-Geschäfts. (n.d.). Alice Writes Copy. Abgerufen am 14. Juni 2022, von <https://www.alicewritescopy.com/sustainability-online-business>
- Die Infografik zum Verfassen von Texten. Abc-Texterstellung. Abgerufen am 14. Juni 2022 von [https://www.mdgadvertising.com/wp-content/uploads/2012/12/copywriting\\_infographic\\_full.jpg](https://www.mdgadvertising.com/wp-content/uploads/2012/12/copywriting_infographic_full.jpg)

\* Von der Europäischen Union finanziert (Projektcode: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

