



Online sichtbar – mit Content und Strategie

Checkliste: So findest du einen Texter, der zu dir und deinem Unternehmen passt

Schritt 1: Anforderungen an den Texter: Was brauche ich?

Generalist oder Spezialist?

Bevor du dich aktiv auf die Suche nach einem Texter machst, definiere deine Suchkriterien. Bevorzugst du jemanden der sich in deiner Branche oder mit der gewünschten Textart besonders auskennt? Legst du Wert darauf, dass der Texter gute Geschichten erzählen kann, es versteht, mit Worten Bilder entstehen zu lassen oder brauchst du jemanden, der sein Wissen über Verkaufspsychologie in die Texte einfließen lässt?

Brauche ich nur Text oder auch ein Text-Konzept?

Neben den unterschiedlichen Ausrichtungen von Textern gibt es auch große Unterschiede bei der Herangehensweise. Während du für einfache Produktbeschreibungen keinen Konzeptioner brauchst, sieht es bei der Erstellung von Website-Texten schon wieder anders aus. Wenn du mit deinen Website-Texten Kunden gewinnen möchtest, dann solltest du nach einem Texter suchen, der sich mit dem Ziel deiner Website auseinandersetzt, mit den Menschen, die sie ansprechen soll. Er sollte das große Ganze im Blick haben und einen roten Faden entwickeln, der die Leser durch deine Website führt. Dafür solltest du jemanden wählen, der konzeptionsstark ist und weiß, wie man mit strategischen Inhalten aus Interessenten zahlende Kunden macht.

Schritt 2: Texter finden – aber wo suchen?

- **Empfehlungen:** Du kennst jemanden, dessen Website-Texte dir gut gefallen? Dann frage am besten gleich nach einem Kontakt. Empfehlungen sparen dir die Recherche und du kannst dir sicher sein, dass der Texter etwas auf dem Kasten hat.
- **Social Media:** Schau dich in den sozialen Medien um – in einigen Gruppen treffen Texter und Auftraggeber zusammen. Die Recherche nimmt dir das allerdings nicht ab, da sich erfahrungsgemäß sehr viele Anbieter auf deine Anfrage melden.
- **Google:** Frag die Suchmaschine nach einem Texter, der deine Anforderungen erfüllt. Oben in der Ergebnisliste ranken zumeist die großen Texterbörsen, die zwar günstig sind, in der Regel aber auch keine hohe Qualität liefern.
- **Blogs lesen:** Viele Redakteure und Texterinnen führen einen eigenen Blog und berichten darin von ihrem Alltag, ihren Projekten, geben Tipps und Ratschläge zu ihren Fachthemen. Stöbere in den Blogartikeln, du wirst schnell ein Gefühl dafür bekommen, wer sein Fach versteht und wer dich mit seiner Sprache und Tonalität am meisten

anspricht.

Schritt 3: Wie viel kostet ein guter Texter?

Plane bei deinem Projekt unbedingt das Budget für einen Texter ein. Die Bandbreite an Preisen bei Textern und Autoren ist groß. Sie richtet sich nach den angebotenen Textformen und thematischen Spezialisierungen. Auch die Art, wie Texter ihr Honorar abrechnen, ist unterschiedlich: Manche verkaufen Leistungen im Paket, andere per Stundensatz und wieder andere pro Wort. In der Regel berechnen professionelle Texter zwischen 60 und 120 Euro pro Stunde.

Schritt 4: Trifft der Werbetexter den richtigen Ton?

Wie präsentiert sich der Texter auf seiner eigenen Seite? Gibt es vielleicht Referenzen? Wie fühlt es sich beim Lesen an? Fühlst du dich angesprochen? Hast du einen Aha-Effekt beim Lesen oder kannst sogar etwas lernen? Erkennst du direkt einen Nutzen für dich? Vertrau bei allen Punkten auf dein Bauchgefühl.

Schritt 5: Was sagen andere über den Texter?

Wie zufrieden sind andere Kunden, die schon mit den Textern zusammengearbeitet haben? Besonders interessant: Was sagen diese Kunden über das Zwischenmenschliche? War die Zusammenarbeit angenehm? Was wird besonders positiv hervorgehoben? Schau dich auf der Website nach Testimonials und Kundenstimmen um.

Schritt 6: Wie würde die Zusammenarbeit ablaufen?

Wenn du auf der Website des Texters keine Informationen dazu findest, vereinbare ein unverbindliches Erstgespräch und lass dir erklären, wie eine Zusammenarbeit ablaufen würde. Läuft die Kommunikation per E-Mail, via Video-Chat oder persönlich? Bei der Gelegenheit kannst du auch gleich prüfen, ob die Chemie zwischen euch stimmt. Ein guter Texter wird dir im Gespräch zuerst ganz genau zuhören, bevor er sich an die eigentliche Arbeit macht.

Schritt 7: Gibt es ein ausführliches Briefing?

Das Briefing ist die Arbeitsgrundlage für jeden guten Texter. Neben den formalen Anforderungen wie ungefähre Textlänge, Textgattung und Deadlines ist es wichtig, dass dein Texter sich auch über die Ziele der Website, die gewünschte Tonalität und beabsichtigte Botschaften des Textes sowie über die Bedürfnisse deiner Zielgruppe informiert. Für dich bedeutet ein gutes Texterbriefing weniger Diskussionen mit deinem Texter und weniger Korrekturschleifen. Dadurch sparst du Zeit und natürlich auch Geld.