

Viele Menschen nehmen sich zu wenig Zeit, um gute Titel zu schreiben. Meist braucht man nämlich für den Titel fast so viel Zeit wie für den Lauftext.

Sämi Weber

Der SEO-Texter.

Einer muss sich quälen – entweder der Leser oder der Autor. Da der Autor ein Interesse daran hat, dem Leser etwas mitzuteilen, sollte er es sein, der sich quält.

Markus Reiter

Autor «Perfekt schreiben»

**Ich mag immer Humor
in Texten, auch in
Überschriften.**

Valeria Heintges

Journalistin und Texterin, valeriaheintges.com

**Geschichten erzählen.
Nicht nur Produkteinformationen.
Man kann doch um alles
herum eine Geschichte machen.**

Thomas Bachmann

eidg. dipl. Kommunikationsleiter bei Bachmann und Partner Werbeagentur, info@bundp.ch

**Titel sollen vor allem eins:
Appetit machen. Und: Neugierde
wecken. Sie sollen unseren
Lese«hunger» so anregen, dass
wir den Text/Beitrag auch lesen.**

Katrin Beer

Sprachberaterin und Dozentin, katrinbeer.ch

Mach ein konkretes Versprechen.

**Mach es deiner Zielgruppe so
einfach wie möglich. Je kleiner das
Investment und je höher der
Vorteil, desto besser.**

Ellen Habich

wildwebstory.ch

**«Wie du mit 3 einfachen
Regeln deine
Prüfungsangst bewältigst.»**

Ellen Habich

wildwebstory.ch

**Oftmals hört es sich gut an, wenn
man mit Gegensätzen spielt:
«Grosser Schutz für Ihre Kleinen.»**

**Statt: «Versicherung für Ihre
Kinder.»**

Thomas Siegfried

Texter bei Swiss Life

**Ich mag Überschriften, die ein wenig kryptisch sind.
Wenn sie zu kryptisch sind, schrecken sie ab, aber wenn sie Mass halten, will man wissen, was dahinter steckt.**

Valeria Heintges

Journalistin und Texterin, valeriaheintges.com

Nie

Ausrufezeichen!!!

Thomas Bachmann

eidg. dipl. Kommunikationsleiter bei Bachmann und Partner Werbeagentur, info@bundp.ch

**Weniger ist mehr.
Hier darf schon mal die
«Lockvogelpolitik» angewendet
werden. Kurze Titel mit einer
spannenden Aussage animieren
den Leser zum Weiterlesen.**

Regula Huber

Texterin für starke Texte, textvollhuber.ch

**Überschriften, die mehr
versprechen, als der Text halten
kann, machen mich sauer.**

Valeria Heintges

Journalistin und Texterin, valeriaheintges.com

**Nicht schreiben, was
man anbietet, sondern
was der Leser davon hat.**

Thomas Siegfried

Texter bei Swiss Life

Abgedroschenes wie «Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt» oder Blähdeutsch wie «Transformationale Führungskompetenzen stärken».

Ellen Habich

wildwebstory.ch

**Ich liebe Überschriften,
die mit bekannten Titeln
spielen, aber diese
abwandeln.**

Valeria Heintges

Journalistin und Texterin, valeriaheintges.com

«Mit Essen spielt man doch»

**(Heute in der Süddeutschen
Zeitung zu einem Text, der die
positiven Seiten von
Lebensmittelspekulation
behandelt.)**

Valeria Heintges

Journalistin und Texterin, valeriaheintges.com

**Es geht nicht darum den
Inhalt so gut wie möglich
zusammenzufassen.**

Patrick S. Nussbaumer

Schriftsteller, psnussbaumer.ch

«Für Dich – von mir»

**(Diese Abwandlung vom Coop-Claim
«Für mich und dich» bringt den
Sharing-Gedanken in einer Kampagne
für unseren Kunden somobil perfekt
zum Tragen)**

Thomas Bachmann

eidg. dipl. Kommunikationsleiter bei Bachmann und Partner Werbeagentur, info@bundp.ch

**«Unsere Leistungen sind unsere
Visitenkarte».**

**(Diese Headline lässt sich fast überall
einsetzen wo sich die Anbieter
wirklich für etwas einsetzen.)**

Thomas Bachmann

eidg. dipl. Kommunikationsleiter bei Bachmann und Partner Werbeagentur, info@bundp.ch

«Ich gehe täglich zum Beck Alt, weil seine Croissants der Gipfel sind.»

(Vielleicht etwas lang, aber weil die Botschaft so logisch ist, nimmt man sie trotzdem rasch wahr. Und: in einem Satz wird so viel über das Bäckerangebot und die Qualität gesagt.)

Thomas Bachmann

eidg. dipl. Kommunikationsleiter bei Bachmann und Partner Werbeagentur, info@bundp.ch

«Tanken Sie Sonne mit uns»

(Für Photovoltaikanlagen: Der Titel gibt dem Leser ein wohlige Gefühl und vermittelt trotzdem, um was es bei diesen Anlagen geht.)

Regula Huber

Texterin für starke Texte, textvollhuber.ch

«Du mich auch»

(Artikel zum Thema Backlinks)

Ellen Habich

wildwebstory.ch

«Bli Bla Blo – wie Sie weniger dummes Zeug erzählen.»

(Thilo Baum)

Sämi Weber

Der SEO-Texter.

**«Wie du zu einem
ausgelutschten Thema neuen
Content erstellen kannst,
obwohl schon alles gesagt ist.»**

Ellen Habich

wildwebstory.ch

**«Wenn Sie Ihrem Chef nicht den Kaffee,
sondern das Wasser reichen wollen.»**

**(Es ging darum, dass man dank der
HWZ gute Chancen auf einen guten Job
hat.)**

Thomas Siegfried

Texter bei Swiss Life

**«Wir schalten keine
Werbung – was wir
stattdessen machen.»**

Ellen Habich

wildwebstory.ch

**«Das schnucklige Resultat von
spiessigem Sex – Zum Nachwuchs
der Stachelschweine.»**

**(Zootitel vom Tagesanzeiger: Der
Titel hat Humor und doch etwas
Wahres.)**

Regula Huber

Texterin für starke Texte, textvollhuber.ch