

# Danke,

dass Du in meiner Session warst.  
Hier findest Du alle relevanten Slides.

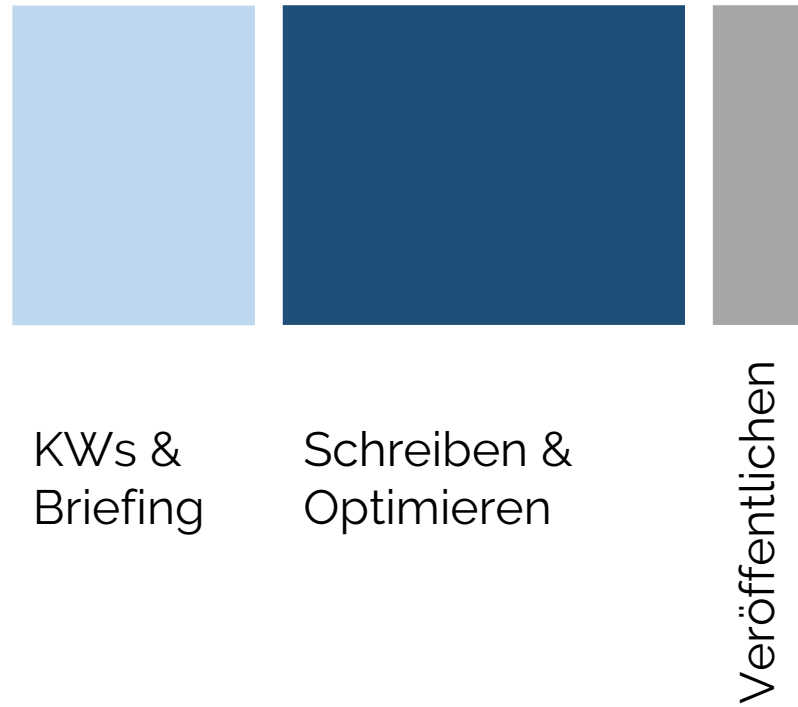


# 1. Zeitbewusstsein



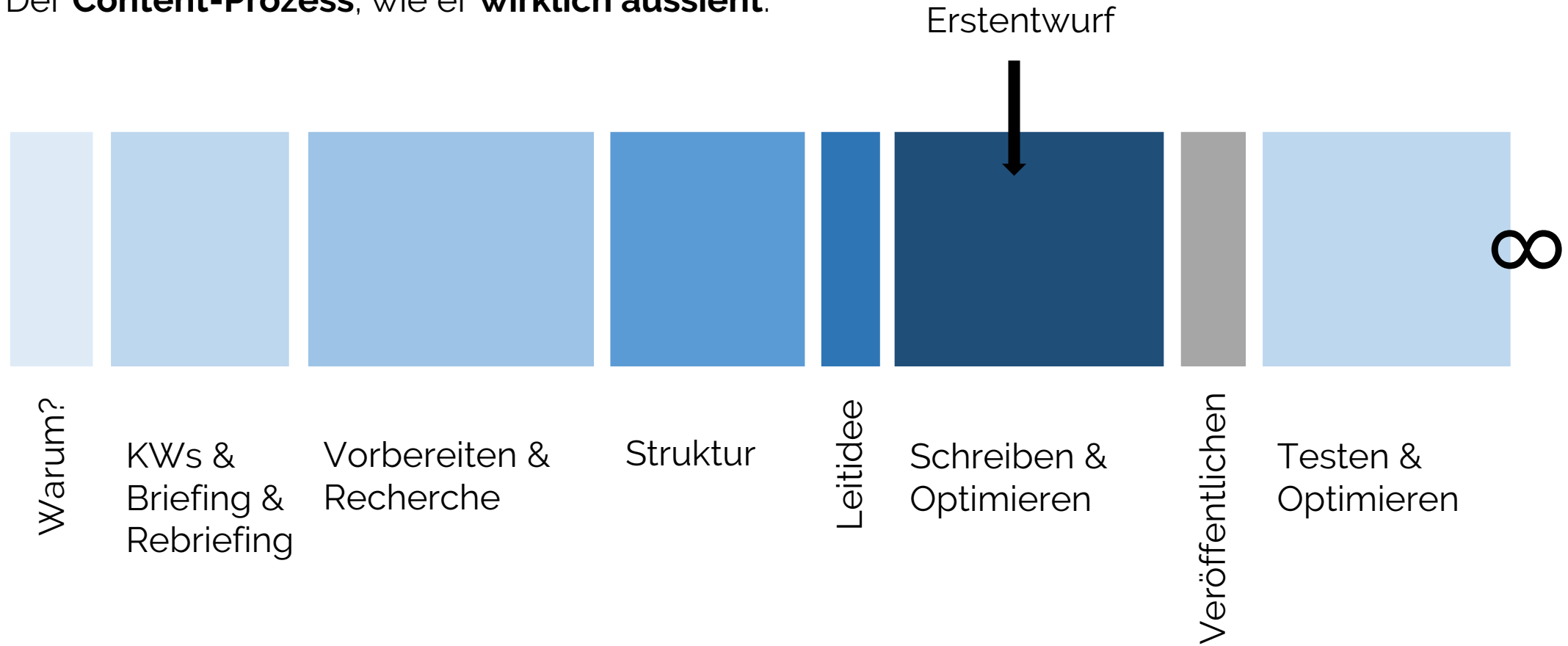
## 1. Zeitbewusstsein

Der **Content-Prozess**, wie viele ihn sehen:



## 1. Zeitbewusstsein

Der **Content-Prozess**, wie er **wirklich aussieht**:



## 1. Zeitbewusstsein

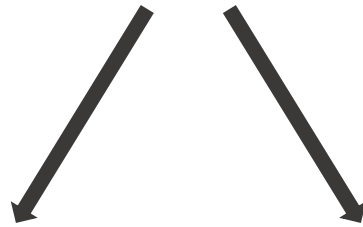
Schreibt nur die Texte, die ihr wirklich braucht.

**Weniger** ist **mehr**.



## 1. Zeitbewusstsein

**Weniger** ist **mehr**.



Fokus

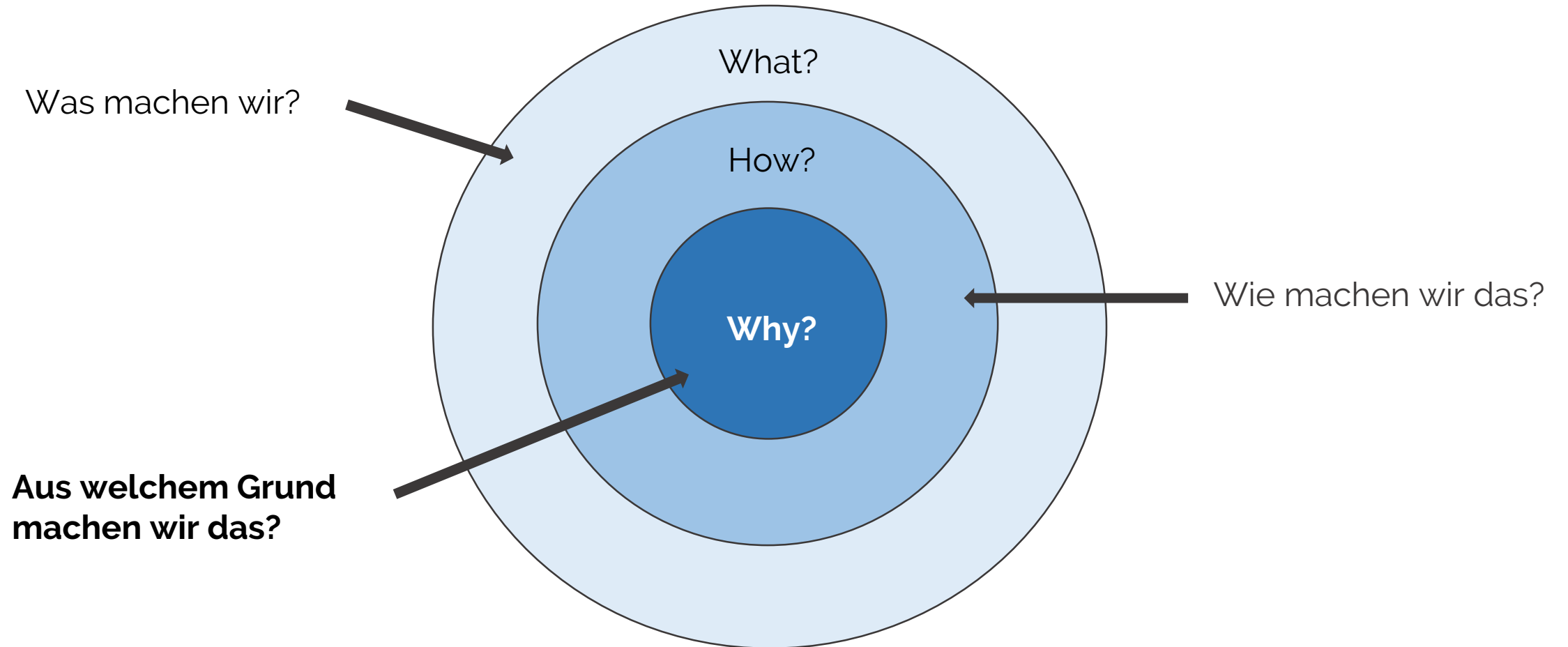
Authentizität



## 2. „Warum?“



## 2. „Warum?“





## 2. „Warum?“

**Suchvolumen** sind **kein Grund**.



## 2. „Warum?“



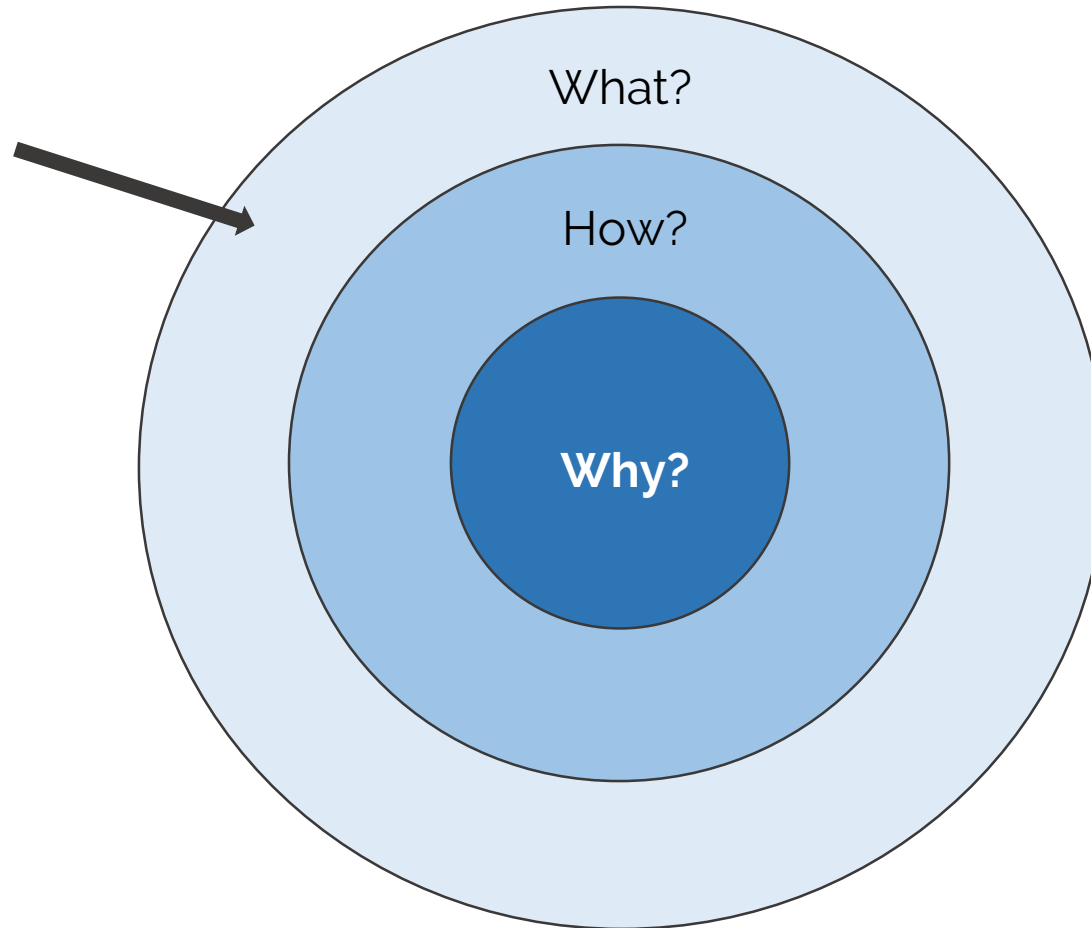
## 2. „Warum?“



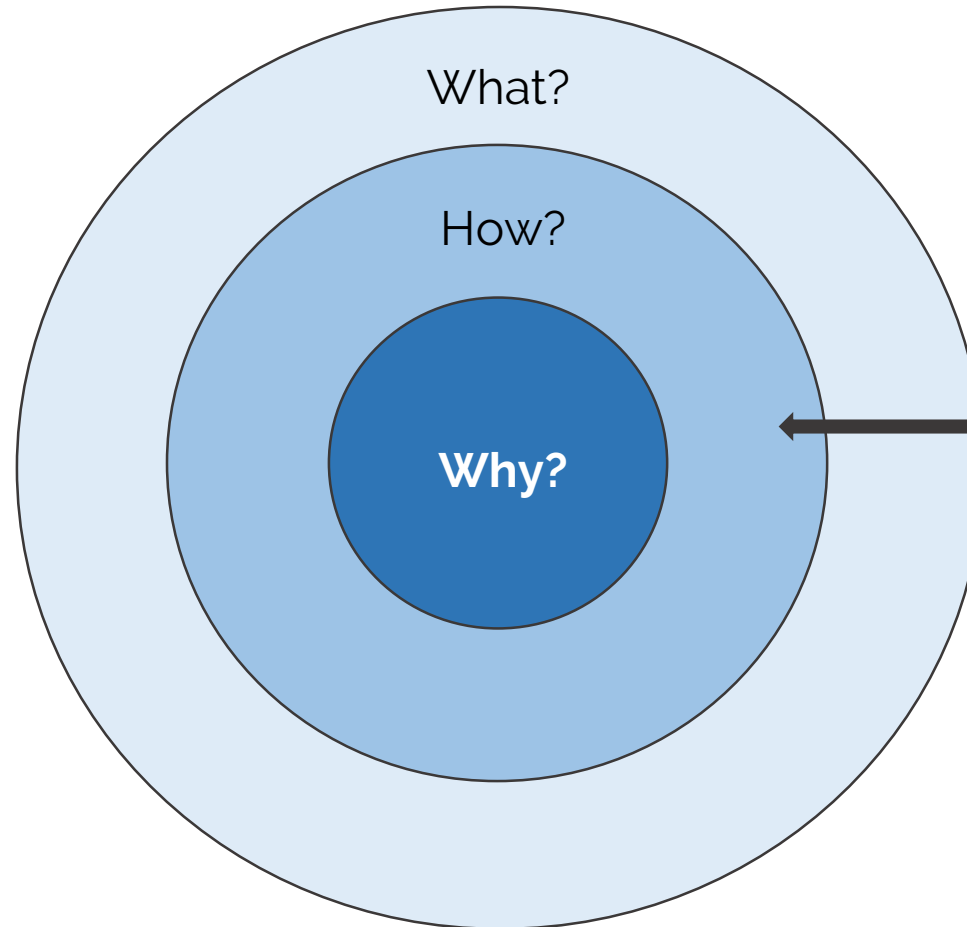
## 2. „Warum?“

### **Was machen wir?**

Wir bauen und betreiben einen Weltklasse-Multi-Launch-Coaster.



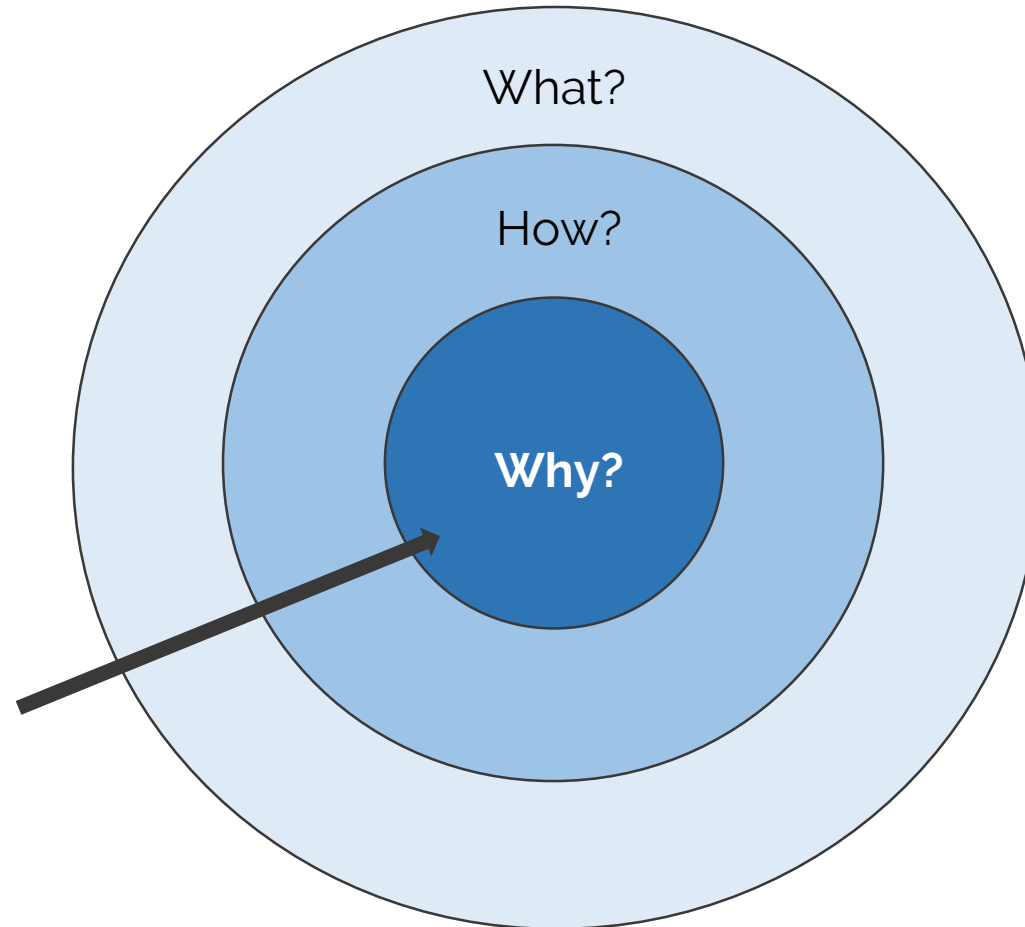
## 2. „Warum?“



**Wie machen wir das?**  
Indem wir viele Komponenten der Bahn komplett neu entwickeln, vier Weltrekorde brechen und die Bahn in eine neue, aufwändige Themenwelt inklusive eigenem Soundtrack einbetten.



## 2. „Warum?“



### **Aus welchem Grund machen wir das?**

Wir streben nach dem Maximum und möchten unseren Gästen ein absolut immersives Erlebnis schenken.



## 2. „Warum?“

„Die **Menschen kaufen** nicht, was Du tust,  
sondern **warum Du es tust.**“

(Simon Sinek)

**Oder:** Menschen kaufen *Dich*.

Inspiriere.



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen





Warum schreiben wir den Text?

**Oder:** Warum ist uns der einzelne Text so wichtig?



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

**Wer** liest den Text und was ist dessen **Situation** oder **Problem**?

**Auch:** Welches Vorwissen hat der Leser?



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Was ist **vorher passiert**, dass es zum Problem oder zur Situation kam?



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Wie lässt sich das Problem lösen oder die Situation schlichten?

**Stichwort:** Inhaltliche Essenz des Textes / Produkthinweise.



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Produkttexte

Was sind die **Benefits des Produkts oder der Dienstleistung**?

**Schritte:** Erst Attribute & Funktionsweisen festhalten, dann daraus ableiten, was der Kunde davon hat.



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Produkttexte

Was sind die **Alleinstellungsmerkmale** ?

**Hinweis:** Bitte nur **\*\*wirkliche\*\*** USPs, die niemand anderes hat. Auch hier Benefits draus bilden.



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Welche **Keywords** sind relevant?



### 3. Gedanken machen / Sinnvoll briefen

Wie sieht die **Tonalität** aus?





# Lass es krachen. Vielen Dank.

*Eike Kewitz*

*Freier Texter*

*Hamburg*

*[www.elbcontent.de](http://www.elbcontent.de)*

*[kontakt@elbcontent.de](mailto:kontakt@elbcontent.de)*

