

Patricia Appel

## **"Die Schotten sind schuld"**

[Ein Handbuch für Texter, Werbetexter, Autoren,  
Unternehmer und Marketingverantwortliche]

Originalausgabe

**EINBUCH** Buch- und Literaturverlag Leipzig  
[www.einbuch-verlag.de](http://www.einbuch-verlag.de)

**EINBUCH** realEdition

copyright 2012 by **EINBUCH** Buch- und Literaturverlag Leipzig  
printed in Germany  
Umschlaggestaltung: Welle

ISBN 978-3-942849-11-1

[www.einbuch-verlag.de](http://www.einbuch-verlag.de)

<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>9</b>
<b><u>EINE KLEINE MOTIVATION.....</u></b>	<b>11</b>
<b><u>WERTVOLLES WISSEN FÜR JEDERMANN.....</u></b>	<b>13</b>
<b>MACHEN SIE AUS RÜCKSCHLÄGEN FORTSCHRITTE.....</b>	<b>13</b>
<i>Ein Blick in Ihre Vergangenheit.....</i>	<i>14</i>
<i>Lernen Sie aus Ihren Rückschlägen!.....</i>	<i>15</i>
<i>Andere Länder, andere Sitten.....</i>	<i>17</i>
<i>Tipps &amp; Tricks.....</i>	<i>18</i>
<b>SO ÜBERZEUGEN SIE MIT IHRER WEBSEITE.....</b>	<b>20</b>
<i>Wordpress.....</i>	<i>21</i>
<i>Das Layout.....</i>	<i>21</i>
<i>Die Startseite.....</i>	<i>22</i>
<i>Leistungen.....</i>	<i>23</i>
<i>Folgeseiten.....</i>	<i>24</i>
<i>Tipps &amp; Tricks.....</i>	<i>25</i>
<b>DIE 6xW-STRATEGIE .....</b>	<b>26</b>
<i>Die 6 W.....</i>	<i>27</i>
<b>IDEENSAMMLER.....</b>	<b>30</b>
<i>Ideensammler.....</i>	<i>31</i>
<i>Erfolgjournal.....</i>	<i>32</i>
<b>ZÜNDENDE IDEEN, ABER RECHTSCHREIBSCHWÄCHE?.....</b>	<b>34</b>
<i>Die verschiedenen Texter- und Autorentypen mit</i>	
<i>Rechtschreibproblemen.....</i>	<i>35</i>
<i>Fazit.....</i>	<i>41</i>
<b>DER ELEVATOR PITCH.....</b>	<b>42</b>
<i>In 30 Sekunden zum Erfolg.....</i>	<i>43</i>
<i>In 8 Schritten zum Elevator Pitch.....</i>	<i>47</i>
<b>TEXTER- UND WERBETEXTERWISSEN.....</b>	<b>51</b>
<b>KANN EIGENTLICH JEDER (WERBE)TEXTER SEIN?.....</b>	<b>51</b>
<i>Können &amp; Machen.....</i>	<i>52</i>
<b>ERFOLGREICH PRÄSENTIEREN – ERFOLGREICH AKQUIRIE-</b>	
<b>REN!.....</b>	<b>59</b>

<i>Sind Sie online?</i> .....	61
<i>Soziale Netzwerke</i> .....	64
<i>Portale</i> .....	67
<i>Unternehmenspräsentation</i> .....	68
<i>Fazit</i> .....	69
<b>POSITIONIEREN = ERFOLG!</b> .....	70
<i>Fazit</i> .....	80
<b>BESSER IM ALLEINGANG TEXTEN!</b> .....	82
<i>Typische Erfolgsbremsen für Texter</i> .....	83
<i>Die Folgen</i> .....	84
<b>DER KUNDE IST KÖNIG</b> .....	87
<i>Neukunden</i> .....	88
<i>Stammkunden</i> .....	100
<b>CONTENT &amp; Co – LOHNT SICH DAS?</b> .....	106
<i>Texter einer Content-Plattform sein – lohnt sich das?</i> .....	106
<i>Was bietet content.de?</i> .....	107
<i>Lohnt sich content.de?</i> .....	110
<i>Die Vor- und Nachteile von Content-Plattformen für Auftraggeber</i> .....	111
<i>Fazit für Texter und Unternehmen</i> .....	113
<b>MIT DIESEN KUNDEN MÜSSEN SIE RECHNEN!</b> .....	114
<i>Der Traumkunde</i> .....	115
<i>Der Schweiger</i> .....	116
<i>Der Schmarotzer</i> .....	117
<i>Der Drücker</i> .....	118
<i>Der Besserwisser</i> .....	119
<i>Der Kreative</i> .....	120
<b>QUALITÄT BESTIMMT DEN PREIS – SO VERDIENEN SIE MEHR!</b> .....	121
<i>Hand aufs Herz</i> .....	122
<i>Texter, die ihr Geld wert sind</i> .....	122
<i>Die Preisfrage</i> .....	123
<i>Das sollten Sie vermeiden</i> .....	124

## SPEZIALWISSEN FÜR TEXTER & WERBETEXTER

.....	125
<b>SEO</b> .....	125
Keywords.....	127
11 Tipps: Suchmaschinenoptimierung für Texter.....	131
Google Panda.....	132
Checkliste.....	133
<b>NEWSLETTER</b> .....	135
Der Zweck eines Newsletters.....	136
Checkliste.....	137
Was es sonst noch zu wissen gibt.....	145
Checkliste Controlling.....	145
<b>WEBTEXTE</b> .....	146
Regeln kurz & knapp.....	146
Die umgekehrte Pyramide.....	148
Teaser.....	149
Kurze, aktive Sätze.....	149
Substantiv-Häufungen.....	150
Abstrakta.....	151
Absätze.....	151
Überschriften.....	151
Zwischenüberschriften.....	152
Bullet Points & nummerierte Listen.....	152
Keywords.....	152
Links & Hypertext.....	153
Bildhaft schreiben.....	153
Leicht verständlich.....	153
Leserfreundlichkeit.....	154
Auf den Punkt gebracht.....	154
Kundennutzen darstellen.....	155
Mehrwert bieten.....	155
Informationsgehalt.....	156
Fettschrift.....	156
Fazit.....	156
<b>WERBEBRIEFE</b> .....	157
Die Vorarbeit.....	158

<i>Einen Werbebrief verfassen.....</i>	<i>162</i>
<i>Nach dem Werbebrief!.....</i>	<i>167</i>
<i>Diese Fehler sollten Sie vermeiden!.....</i>	<i>168</i>
<b>SLOGANS &amp; CLAIMS.....</b>	<b>169</b>
<i>Der Slogan oder „Die Schotten sind schuld“.....</i>	<i>170</i>
<i>Claims.....</i>	<i>179</i>
<b>PRESSEMITTEILUNGEN.....</b>	<b>182</b>
<i>Pressekodex.....</i>	<i>183</i>
<i>Wie schreibt man eine Pressemitteilung?.....</i>	<i>188</i>
<i>Checkliste.....</i>	<i>191</i>
<b>BLOGARTIKEL.....</b>	<b>192</b>
<i>Strukturierung/Gestaltung.....</i>	<i>193</i>
<i>Aufbau des Blogs.....</i>	<i>194</i>
<i>Keywords &amp; SEO.....</i>	<i>197</i>
<i>Recherche.....</i>	<i>198</i>
<i>Links.....</i>	<i>198</i>
<i>Text &amp; Tonalität.....</i>	<i>199</i>
<b><u>ZUSAMMENFASSUNG TEXTER &amp; WERBETEXTER</u></b>	<b><u>199</u></b>
<i>TEXTER &amp; WERBETEXTER – EIN BERUF?.....</i>	<i>200</i>
<i>MÖGLICHKEITEN, GELD MIT DEM TEXTEN ZU VERDIENEN... ..</i>	<i>201</i>
<i>POSITIONIERUNG.....</i>	<i>206</i>
<i>QUALITÄTSSICHERUNG.....</i>	<i>207</i>
<i>PREISGESTALTUNG.....</i>	<i>208</i>
<i>TIPPS &amp; TRICKS FÜR IHRE WEBSEITE.....</i>	<i>209</i>
<i>TIPPS &amp; TRICKS ZUM SOCIAL MEDIA-MARKETING.....</i>	<i>211</i>
<b><u>AUTORENWISSEN.....</u></b>	<b><u>212</u></b>
<i>WIE SIE AUTOR WERDEN UND VERLAGE BEGEISTERN.....</i>	<i>212</i>
<i>Der Weg ist das Ziel.....</i>	<i>213</i>
<i>Ihr neuer Job.....</i>	<i>214</i>
<i>Fertige Manuskripte.....</i>	<i>215</i>
<i>Im Entstehen begriffene Manuskripte.....</i>	<i>215</i>
<i>Von der Idee zum Buch.....</i>	<i>216</i>
<b><i>Das Schreiben.....</i></b>	<b><i>219</i></b>
<i>Die Kurzgeschichte.....</i>	<i>219</i>

<i>Merkmale einer Kurzgeschichte</i> .....	220
<i>Die Dreiheits-Regel</i> .....	222
<i>Die fertige Kurzgeschichte</i> .....	224
<i>Plausibilitätsprüfung</i> .....	224
<i>Von der Idee zur Kurzgeschichte</i> .....	225
<i>Kritik</i> .....	225
<i>Verlagswahl</i> .....	227
<i>Talent und Ausdauer</i> .....	227
<i>Das Exposé</i> .....	230
<i>Das Anschreiben</i> .....	231
<i>Der Aufbau kurz &amp; knapp</i> .....	235
<i>Kapitelauswahl</i> .....	236
<i>Verlagswahl</i> .....	237
<b>AUF DEM ERFOLGSWEG</b> .....	240
<b>TIPPS &amp; TRICKS FÜR IHRE WEBSEITE</b> .....	241
<b>TIPPS &amp; TRICKS ZUM SOCIAL MEDIA-MARKETING</b> .....	242





## ***Einleitung***

"Die Schotten sind schuld" ist ein kompaktes Nachschlagewerk für Texter, Werbetexter, Autoren, Unternehmer und Marketingverantwortliche.

Kurz gesagt: Alle, die mit Worten Geld verdienen wollen, finden hier umfangreiches Wissen und zahlreiche erprobte Tipps & Tricks.

Stehen Sie gerade erst am Anfang Ihrer Texter-, Werbetexter- oder Autorenkarriere, profitieren Sie ganz besonders von den kommenden Inhalten. Aber auch wenn Sie schon länger am Start sind, aber der Erfolg noch etwas auf sich warten lässt, ist dieses Buch für Sie geeignet.

Ich freue mich, dass ich Sie ein wenig auf Ihrem Weg zum Erfolg begleiten darf. Bevor Sie jedoch beginnen, müssen Sie noch eine sehr wichtige Wahrheit verinnerlichen:

***Sie müssen etwas tun! Der Erfolg kommt nicht allein durch das Lesen. Erst, wenn Sie das Gelesene auch umsetzen, sind Sie auf dem richtigen Weg!***

Wir starten zunächst mit einer kleinen Motivation, gefolgt von Erfolgswissen, das sich für Texter, Werbetexter, Autoren und zahlreiche andere Berufsgruppen gleichermaßen eignet. Im Anschluss daran finden Sie im zweiten Teil des Buches umfangreiches Wissen für Texter und Werbetexter, das Sie erfolgreich machen und Ihren Verdienst verbessern kann – wenn Sie etwas dafür tun! Der

dritte Teil ist für die Autoren reserviert und enthält wertvolle Tipps zum Exposé, der Verlagswahl und anderen relevanten Themen.

Der Einfachheit halber spreche ich auf den kommenden Seiten ausschließlich von (Werbe) Textern und Autoren. Die Frauen unter meinen Lesern mögen mir das unter dem Gesichtspunkt der Leserfreundlichkeit verzeihen.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für Ihre Zukunft als vielbeschäftigter Texter und Werbetexter bzw. als vielgelesener Autor.

Ihre Patricia Appel von Purtext

## *Eine kleine Motivation*

Sind Sie unsicher, ob Sie das, was Sie tun wollen, wirklich tun können? Geben Sie nicht auf! Wenn Sie einen Traum, eine Leidenschaft haben, dann lassen Sie sich nicht von negativer Kritik unterkriegen. Arbeiten Sie an der Vervollkommnung Ihrer Leidenschaft und nehmen Sie sich die folgenden Beispiele zu Herzen!

- ❖ Fred Astaire bekam vom Aufnahmeleiter von MGM eine Reaktion auf erste Probeaufnahmen, die manch einen Menschen zum Aufgeben bewegt hätten: „Kann nicht spielen! Etwas kahlköpfig! Kann ein bisschen tanzen!“ Schauen Sie, was aus Fred Astaire geworden ist! Die Notiz hing jahrelang in seinem Haus in Beverly Hills über dem Kamin.
- ❖ Peter J. Daniel musste in der 4. Klasse mit den harten Worten seiner Lehrerin Mrs Philips fertigwerden: „Du taugst nichts, du bist eine taube Nuss und aus dir wird nie etwas werden!“ Peter J. Daniel war bis zu seinem 26. Lebensjahr Analphabet, dann las ihm ein Freund nachts aus „Denke nach und werde reich“ vor. Mittlerweile gehören ihm die Straßenecken seiner Kindheit und er veröffentlichte zahlreiche Bücher, darunter auch: „Frau Philips, Sie hatten unrecht!“
- ❖ Beethoven wurde von seinen Lehrern als ein hoffnungsloser Fall im Bereich Komposition eingestuft.
- ❖ Der Lehrer von Enrico Caruso sagte, dass er keine Stimme habe und nicht singen könne.

- ❖ Walt Disney wurde von einem Zeitungsherausgeber gefeuert. Grund: Mangel an Ideen. Danach ging er mehrere Male Bankrott, bevor ihm mit Disneyland der Durchbruch gelang.
- ❖ Die Lehrer von Thomas Edison sagten, er wäre zu dumm, um irgendetwas zu lernen.
- ❖ Albert Einstein konnte erst mit 4 Jahren sprechen und erst mit 7 Jahren lesen. Er galt bei seinen Lehrern als geistig langsam, ungesellig und als törichter Träumer.
- ❖ F.W. Woolworths Arbeitgeber sagte, Woolworth habe nicht genug Verstand, um Kunden zu bedienen.
- ❖ Henry Ford ging 5 x pleite, bevor er durchstartete.
- ❖ Winston Churchill blieb in der 6. Klasse sitzen und hatte erst im Alter seine größten Erfolge.
- ❖ Richard Bachs „Die Möwe Jonathan“ wurde von 18! Verlegern abgelehnt. Als sie 1970 doch veröffentlicht wurde, verkaufte sie sich innerhalb von 5 Jahren über 7 Millionen Mal allein in den USA!
- ❖ Der Kriegsroman M\*A\*S\*H von Richard Hooker entstand in langen 7 Jahren. 21 Verleger lehnten ab. Heute ist M\*A\*S\*H nicht nur ein Bestseller, sondern wurde auch zu einem erfolgreichen Kinofilm und einer noch erfolgreichereren Serie.

(Quelle: Hühnersuppe für die Seele von Jack Canfield und Mark Victor Hansen)

Sie sehen: Geben Sie nie auf! Überlegen Sie mal – 21 Verlage lehnten M\*A\*S\*H ab! Hätte Hooker aufgegeben, wären wir niemals in den Genuss der Fernsehserie gekommen und Hooker hätte einige Millionen weniger auf seinem Konto. Der Glaube in Verbindung mit der Leidenschaft für das, was man tut, wird immer zum Ziel führen.

Voraussetzung: Sie müssen immerzu an sich arbeiten, Lösungen suchen, lernen, Verbesserungen zulassen - es liegt einzig und allein an Ihnen, wie Sie auf Absagen, negatives Feedback etc. reagieren. Aufgeben sollte nie ein Teil Ihrer Reaktion sein!

Lassen Sie sich nicht unterkriegen. Und achten Sie darauf, wer Sie kritisiert! Oftmals kommen gerade aus dem persönlichen Umfeld zerstörende Worte. Dahinter stecken nicht selten Neid oder die Angst vor dem Erfolg anderer, oft aber auch ein einfaches Nichtverstehen!

### **Wertvolles Wissen für Jedermann**

#### ***Machen Sie aus Rückschlägen Fortschritte***

Egal, in welcher Branche Sie tätig sind – Rückschläge haben auch Sie schon erlebt. Sie betreffen nicht nur unseren beruflichen, sondern auch den privaten Bereich. Rückschläge können uns völlig aus der Bahn werfen oder sie lassen uns über uns selbst hinauswachsen.

Doch warum kann der Eine gut mit Rückschlägen umgehen, während der Andere in ein tiefes Loch fällt? Die Antwort ist ganz leicht:

***Ihre Reaktion auf Rückschläge bestimmt Ihren Umgang damit.***

Gehören Sie zu den Menschen, die sich leicht entmutigen lassen oder stehen Sie wieder auf, wenn Sie gefallen sind? Schmeißen Sie das Kartenspiel in die Ecke, wenn Ihr Kartenhaus mal wieder eingestürzt ist, oder bauen Sie ein Neues?

Sie sehen – Sie allein entscheiden, ob Rückschläge Ihr Leben positiv oder negativ beeinflussen.

***Mein Tipp: Machen Sie aus jedem Rückschlag einen Fortschritt!***

### *Ein Blick in Ihre Vergangenheit*

Werfen Sie einen Blick zurück in Ihre Vergangenheit. Wie viele Rückschläge hatten Sie in Ihrem Leben? Eine Menge, oder? Vielleicht fällt Ihnen aber auch auf, dass viele dieser Rückschläge Sie nach vorne gebracht haben. Besonders unsere beruflichen Rückschläge haben die Eigenschaft, uns gleich mehrfach voranzubringen. Wir wachsen nämlich nicht nur in unsere beruflichen Aufgaben hinein, sondern stärken auch unsere privaten Kompetenzen.

Beispiel:

Sie haben sich einen Traum erfüllt und eine Eisdieleröffnung eröffnet. Diese befindet sich direkt vor einem Kurzentrum und Sie freuen sich schon auf die hohen Einnahmen, die Ihnen die Kurgäste bescheren werden. Zu Ihrem Verdruss leiden ausnahmslos alle Kurgäste an einer schweren Laktose-Intoleranz. Sie verkaufen zu wenig Eis, um davon leben zu können.

Was nun?

Sie haben einen Rückschlag erlitten, Zeit und Geld investiert, aber keinen Gewinn gemacht. Nun können Sie entweder die Eisdielen schließen und sich beim örtlichen Arbeitsamt melden. Oder Sie setzen sich hin und schreiben auf, was zu diesem Rückschlag geführt hat. In diesem Fall waren es die laktoseintoleranten Patienten, die Ihr Eis sicher gern gegessen hätten, aber es nicht durften.

Wenn Sie wissen, warum Sie gescheitert sind, können Sie etwas ändern und aus einem Rückschlag einen Fortschritt machen. In diesem Fall spezialisieren Sie sich einfach auf Eis ohne Laktose und schon sind Sie im Geschäft. Sie verdienen sogar deutlich mehr, weil Sie spezielles Eis verkaufen, das durchaus mehr kosten darf.

Ihre Kunden essen gerne Eis, dürfen es aber nicht. Mit Ihrer Spezialisierung lösen Sie dieses Problem und machen Ihre Kunden glücklich, die für diesen Service gerne mehr bezahlen.

*Lernen Sie aus Ihren Rückschlägen!*

Jeder Rückschlag birgt mächtiges Wissen! Wann immer Sie scheitern, lernen Sie, wie es nicht funktioniert! Je öfter Sie scheitern, umso näher kommen Sie ihrem Ziel. Geduld, Mut und Vertrauen ins Gelingen sind gefragt.

Nehmen Sie Thomas Edison, den Erfinder der Glühbirne. Er hat auf eine humorvolle Art gezeigt, wie er mit Rückschlägen umging:

„Ich habe 1.000 Versuche gebraucht, um eine Glühbirne zu entwickeln, die wirklich funktioniert. Ob meine 999 Versuche davor Fehlschläge waren? Ich würde sagen, nein.“

Immerhin habe ich 999 Wege gefunden, wie eine Glühbirne nicht funktioniert.“

Jeder Rückschlag bedeutet, dass Sie etwas gelernt haben. Wie oft sind Sie als kleines Kind umgefallen, bevor Sie sicher laufen konnten? Wie oft haben Sie ein Wort falsch ausgesprochen, bevor Sie richtig sprechen konnten? Wie oft haben Sie Frösche geküsst, bevor Sie den Prinzen gefunden haben?

Rückschläge ziehen sich durch unser ganzes Leben. Sie sind kein Grund aufzugeben, sondern gehören zu einer Versuchsreihe, die irgendwann zum Ziel führt.

Im Englischen gibt es ein System namens „Try and error“ (Versuch und Fehler). Die Aussage dahinter:

**„Ausprobieren + Fehler = Lernen“**

Wer es nicht probiert oder nach dem ersten Rückschlag aufgibt, wird nie erfahren, was möglich ist!

Nicht umsonst sind die erfolgreichsten Geschäftsleute durch ein Meer aus Rückschlägen gewatet.

Recherchieren Sie mal! Die berühmtesten Unternehmer, Erfinder oder Künstler mussten herbe Enttäuschungen und sogar den kompletten finanziellen Ruin erleben, bevor sie wie Phönix aus der Asche gestiegen sind.

Ihr Erfolgsrezept: Experimentieren, Fehler machen, aus Rückschlägen lernen und nie aufgeben!



## *Andere Länder, andere Sitten*

In Deutschland ist es leider so, dass Rückschläge grundsätzlich als Scheitern angesehen werden. Betroffene müssen nicht selten mit Schadenfreude oder Mitleid leben. Kaum jemand sagt: „Hey, kein Problem – versuch es erneut, beginne von vorn!“

In Deutschland ist Scheitern nicht selten mit einem absoluten Karriereknick verbunden. Trifft es bekannte Persönlichkeiten, kommen das mediale Interesse und der öffentliche Spott erschwerend hinzu. Da muss man schon von einem ganz besonderen Holz sein, um sich wieder aufzurappeln und von vorn zu beginnen.

Wer sich selbständig macht, bekommt auch nicht viel Zeit, wenn er staatliche Unterstützung erhält. Schafft man es nicht, innerhalb von zwei, drei Jahren auf eigenen Beinen zu stehen, muss man zurück in die Arbeitslosigkeit oder als Angestellter sein Leben fristen. Eine zweite Chance mit entsprechender Unterstützung bekommen die Wenigsten.

Dabei gibt es zahlreiche Beispiele, in denen Unternehmen häufig Pleite gingen, bis sie endlich nach unzähligen Geschäftsideen **Die Eine** gefunden hatten. Es ist kein Zufall, dass solche Beispiele vorzugsweise aus den USA, dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten, stammen. In den USA sind Rückschläge oft sogar ein Kriterium für eine Beförderung. Warum? Erfolgreiche Chefs wissen, wer gescheitert ist, wird die dafür verantwortlichen Fehler kein zweites Mal machen. Hier steigt der Wert der Arbeitskraft mit jedem Rückschlag an. In Japan sind Rückschläge sogar ein Grund für Selbstmord! Im Jahr 2009 titelte die Presse.com:

## **„Krise: Täglich begehen 100 Japaner Selbstmord“.**

Der Hauptgrund: Berufliches Scheitern!

Angst vor einem Neubeginn ist normal, sollte Sie aber nie davon abhalten, es zu versuchen! Sie haben nichts zu verlieren, so einfach ist das.

### *Tipps & Tricks*

- Bleiben Sie neugierig!
- Lernen Sie aus Fehlern!
- Begreifen Sie Fehler als Chance!
- Analysieren Sie bei jedem Rückschlag, was dafür verantwortlich war (auch, wenn Sie es selbst sind)!
- Fangen Sie immer wieder von vorne an!
- Holen Sie sich Rückendeckung von Menschen, die wissen, dass Rückschläge Fortschritte sind!
- Vermeiden Sie den Kontakt zu spöttischen, zweifelnden Menschen, die nie selbst etwas wagen!
- Experimentieren Sie, verbessern Sie, verlieren Sie nie den Mut!
- Schreiben Sie alle Misserfolge auf. So wissen Sie, dass Sie die Fehler, die dazu geführt haben, nie wieder machen werden!
- Schreiben Sie alle Erfolge auf! Das motiviert Sie und zeigt Ihnen, dass Sie es schaffen können!
- Starten Sie die Verwirklichung Ihrer Geschäftsidee nur dann, wenn Sie wirklich dafür brennen. Der größte Erfolg wartet auf den Begeisterten!
- Seien Sie sich Ihres Wertes immer bewusst!
- Schreiben Sie auf, welche Talente und Fähigkeiten Sie haben. Wenn Ihnen nichts einfällt, fragen Sie

andere. Sie werden staunen, wie Sie von Ihren Freunden, Verwandten und Bekannten wahrgenommen werden.

- Seien Sie nie zu stolz, um Hilfe zu bitten. Manche Rückschläge ließen sich vermeiden, wenn man Menschen ins Boot holt, die mehr Erfahrung oder Know-how haben.
- Schaffen Sie sich eine Vision, schreiben Sie ausführlich darüber und arbeiten Sie möglichst mit Bildern. So können Sie sich nach und nach ein Traualbum anlegen, das Sie möglichst täglich ansehen sollten.
- Jammern Sie nicht, ändern Sie was!
- Warten Sie nicht darauf, dass der Erfolg zu Ihnen kommt. Gehen Sie ihm entgegen!
- Sorgen Sie dafür, dass jeder Ihrer Rückschläge ein Fortschritt ist – mit ihrer inneren Einstellung und der Art, wie Sie auf Rückschläge reagieren!

Es ist okay, wenn Sie mal traurig oder verzweifelt sind. Sie dürfen nur niemals in diesen Gefühlen stecken bleiben!

## *So überzeugen Sie mit Ihrer Webseite*

Wie oft haben Sie schon gelesen, dass Ihre Webseite Ihre Visitenkarte ist? Oft genug, oder? Trotzdem stimmt es! Mit Ihrer Internetpräsenz steht und fällt ihre Auftragslage, nicht nur als Texter.

Ich selbst hatte schon so viele Webseiten, dass ich sie kaum zählen kann. Der Erfolg steigerte sich von Versuch zu Versuch mehr. Mit meiner jetzigen Webseite bin ich erfolgreich wie nie zuvor und ich weiß auch, warum.

In diesem Kapitel möchte ich ein paar meiner „Geheimnisse“ lüften. Ganz wichtig: Sie müssen Ihren eigenen Stil finden! Sie müssen sich mit Ihrer Webseite wirklich wohlfühlen. Nehmen Sie meine Tipps deshalb bitte nur als das, was sie sind: Ratschläge mit viel Interpretationsfreiraum.

Ich halte dieses Kapitel bewusst kurz, da die Geschmäcker so unterschiedlich sind. Sie finden daher eher allgemeine Tipps und Hinweise zur Fehlervermeidung.

Die wichtigste Frage, die Sie sich stellen müssen, lautet: Welche Kunden will ich? Die Antwort darauf sollte das Erscheinungsbild Ihrer Webseite bestimmen.