

# Conversion Copy & Messaging: das B2B-Website-Arbeitsbuch

Botschaften aus Belegen entwickeln und verständliche Entscheidungen auf der Website ermöglichen.



**SO NUTZT IHR DIESE RESSOURCE**

# Conversion Copy & Messaging: das B2B-Website-Arbeitsbuch

B2B-SaaS-Marketing, Produktmarketing, UX und Website-Verantwortliche

**Eure konkreten Arbeitsergebnisse**

- Eine priorisierte Nachrichtenhierarchie
- Ein Aussagen- und Belegregister
- Eine geprüfte Seiten- und CTA-Struktur
- Ein Testplan mit Diagnose und Zuständigkeiten

**Lesen, auswählen, anwenden**

Lest zunächst den Überblick und die Entscheidungsregeln. Wählt danach einen konkreten Engpass aus eurem Unternehmen. Bearbeitet die zugehörigen Vorlagen mit eigenen Daten, dokumentiert offene Annahmen und vereinbart einen Review mit den zuständigen Personen. Die vollständige Online-Ausgabe bietet klickbare Quellen und interne Verweise.

**Redaktionelle Einordnung**

Alle ausdrücklich fiktiven Fälle und Beispielzahlen sind Arbeitshilfen, keine Kundenresultate oder allgemein gültigen Benchmarks. Frameworks strukturieren Entscheidungen; sie sind keine wissenschaftlich validierten Scores. Plattformfunktionen können sich ändern. Quellen und Methodenstände sind offengelegt.

Online lesen: [Conversion Copy & Messaging: das B2B-Website-Arbeitsbuch](#)

**INHALT**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 1. Die unterstützte Seitenentscheidung definieren     | 4  |
| 2. Kundensprache sammeln, ohne Motive zu erfinden     | 5  |
| 3. Den PROOF-Botschaftsdatensatz nutzen               | 6  |
| 4. Eine Botschaftshierarchie aufbauen                 | 8  |
| 5. Alternativen und Abwägungen recherchieren          | 9  |
| 6. Den Hero als kompakte Entscheidungshilfe schreiben | 10 |
| 7. Belege direkt bei der Aussage platzieren           | 11 |
| 8. Seite und Formulare verständlich machen            | 12 |
| 9. Seiten über Leserfragen verbinden                  | 13 |
| 10. Abgeschlossene Handlungen und Passung messen      | 14 |
| 11. Den passenden Test zur Unsicherheit wählen        | 15 |
| 12. Messaging als gepflegtes System übergeben         | 17 |
| 13. Eine fiktive Websiteüberarbeitung durchspielen    | 18 |
| 14. Botschaften prüfen, korrigieren und stilllegen    | 19 |
| Aus dem Guide wird ein Teamauftrag                    | 21 |
| Quellen & weiterführende Dokumentation                | 22 |

Dieses Arbeitsbuch ist für die praktische Teamarbeit gedacht. Die hier benannten Modelle sind eigene redaktionelle Hilfen und keine wissenschaftlich validierten Scores. Verwendet die Arbeitsfelder mit tatsächlichem Material und ersetzt leere Stellen durch überprüfbare Einträge. Redaktionelle Belege stützen eine Aussage innerhalb ihres Geltungsbereichs. Eine Hypothese beschreibt eine noch zu prüfende Erwartung. Ein gemessenes Ergebnis benennt Beobachtung, Zeitraum, Definition und Grenzen. Diese drei Kategorien bleiben im gesamten Ablauf getrennt. Die fiktiven Beispiele zeigen Entscheidungen und Kapazitätsplanung; sie behaupten keine Kundenresultate. Stand der verlinkten Primärquellen: 24. Oktober 2026.

## 1. Die unterstützte Seitenentscheidung definieren

Conversion Copy hilft passenden Besuchenden zu entscheiden, ob ein sinnvoller nächster Schritt lohnt. Sie ersetzt weder ein unpassendes Produkt noch fehlende Belege. Beginnt mit der Seitenaufgabe: Angebot verstehen, Passung prüfen, einen Ansatz vergleichen oder ein Gespräch anfragen. Definiert Situation, Alternativen und benötigte Informationen. Eine Startseite kann mehrere Situationen weiterleiten, eine Lösungsseite eine Frage vertiefen. Gebt nicht jeder Seite alle Aufgaben. Das Conversion-Ziel muss zugleich ein vernünftiges Leserziel sein. Sonst besteht die Seite aus Forderungen ohne ausreichende Hilfe. Schreibt auch auf, welche Entscheidung hier noch nicht getroffen werden kann und welche Information dafür später benötigt wird.

### Durchführung im Team

Verwendet vor der Gestaltung einen Seitenentscheidungsauftrag. Erfasst Ausgangswissen, anstehende Wahl und die Information, die diese Seite sinnvoll liefern kann. Für technische Prüfung ist der nächste Schritt vielleicht das Lesen von Integrationsvoraussetzungen; operative Auftraggebende möchten zunächst Zuständigkeiten verstehen. Zwingt beide nicht in dieselbe Anfrage. Nennt Fragen für andere Seiten und den Übergang dorthin. Die Seitenzuständigkeit erklärt, welchen Nutzen die Handlung auch ohne späteren Kauf bietet. So bleibt das Conversion-Ziel an eine brauchbare Aufgabe gebunden statt nur an ein Dashboard. Klärt zusätzlich, ob die Seite eine Entscheidung vorbereitet oder bereits genügend Information für eine verbindliche Anfrage enthält. Diese Unterscheidung steuert Umfang und Ton der Einladung.

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                        | Verantwortung            | Status                              |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Nächste Arbeit     | Schreibt einen Seitenauftrag mit Situation, Entscheidung, Belegbedarf und angemessenem nächsten Schritt. | [Name eintragen]         | [offen / erledigt]                  |
| Entscheidungsregel | Stoppt den Entwurf, wenn die Handlung mehr Verpflichtung verlangt, als die Seite begründen kann.         | [Entscheidung benennen]  | [weiter / stoppen]                  |
| Beleglage          | [Fundstelle, Version und zulässige Nutzung ergänzen]                                                     | [Quelle prüfen]          | [Beobachtung / Hypothese / Messung] |
| Übergabe           | [Arbeitsdatei, offene Frage und nächsten Termin eintragen]                                               | [Empfang und Vertretung] | [übernommen / blockiert]            |

## 2. Kundensprache sammeln, ohne Motive zu erfinden

Sammelt passend nutzbare Recherchenotizen, Supportfragen, Vertriebs Einwände und Beobachtungen aus Nutzungstests. Bewahrt Situation und Herkunft jeder Formulierung. Kundensprache zeigt, wie eine bestimmte Person ein Problem beschrieben hat. Sie ist weder automatische Zitaterlaubnis noch Beweis für ein allgemeines Marktproblem. Trennt Wortlaut, redaktionelle Interpretation und Botschaftshypothese. Sucht Aufgaben, Alternativen, Grenzen und Konsequenzen statt nur emotionaler Adjektive. Berücksichtigt nach Möglichkeit Nichtkäufer und unpassende Fälle. Deren Sprache zeigt Grenzen, die positive Kundenberichte verdecken können. Leitet private Motive nicht allein aus einem Titel ab. Ein überzeugendes Wort darf nur mit nachvollziehbarem Kontext zur Grundlage einer Seitenbotschaft werden.

## Durchführung im Team

Ergänzt jede Sprachprobe um Rolle, Situation, Datum und Erhebungsweg. Zitat und Paraphrase bleiben in der Arbeitsdatei sichtbar verschieden. Eine verärgerte Supportaussage kann eine Fehlerlage statt des üblichen Kaufauslösers beschreiben. Die Sprache erfolgreicher Kunden kann Wissen nach der Einführung enthalten. Bewahrt diese Unterschiede statt alles zu einer einzigen Kundensprachliste zu mischen. Gruppiert nach Entscheidungsfrage und markiert fehlende Perspektiven. Prüft die Erlaubnis für veröffentlichte Zitate getrennt. Nicht freigegebener Wortlaut dient nur im passenden Recherchekontext dem Verständnis und wird nicht zum fertigen Testimonial. Ergänzt bei jeder Interpretation die zugrunde liegende Stelle, damit eine andere Person erkennen kann, wo Original und redaktionelle Ableitung auseinandergehen.

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                       | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Erstellt eine Sprachsammlung mit getrennten Feldern für Wortlaut, Situation, Quelle und Interpretation. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Stellt interne Interpretation niemals als wörtliche Kundenaussage dar.                                  | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 3. Den PROOF-Botschaftsdatensatz nutzen

Der hier entwickelte PROOF-Datensatz verbindet Problem, relevante Fähigkeit, beobachtbaren Beleg, Betriebsbedingungen und Passungsgrenze. Eine Botschaft ist vollständig, wenn Lesende Nutzen und Grenzen der Fähigkeit verstehen. Beobachtbare Belege können je nach Aussage eine reproduzierbare Demonstration, ein dokumentierter Ablauf oder ein freigegebener Fallnachweis sein. Ergebnisbehauptungen brauchen Ergebnisbelege; ein Screenshot reicht dafür nicht. Der Datensatz ist eine Planungshilfe und kein Punktmodell. Er ersetzt ungestützte Superlative durch konkrete prüfbare Formulierungen und erhält notwendige Unterschiede bei Implementierungsabhängigkeiten. Erlaubt der Beleg nur eine enge Aussage, bleibt auch die spätere Überschrift eng, selbst wenn eine breitere Formulierung attraktiver klingt.

## Durchführung im Team

Prüft PROOF mit einer skeptischen Person. Bei wiederholten Übergaben benennt ihr die tatsächlich veränderte Fähigkeit statt allgemeiner Effizienz. Zeigt Beobachtbares wie Zuständigkeitsfeld, Eskalationsregel oder Prüfprotokoll. Beschreibt Voraussetzungen wie eingerichtete Rollen und importierte Daten. Nennt anschließend eine Nichtpassung. Nicht jedes Detail gehört in den Hero, doch alle begrenzen dessen Versprechen. Fehlen Belege, entsteht eine Rechercheaufgabe und zunächst eine engere richtige Aussage. Füllt die Belegspalte niemals mit der geplanten Behauptung selbst. Eine Produktbeschreibung beweist nicht schon den wirtschaftlichen Wert ihrer Nutzung. Der Datensatz sollte daher auch erkennen lassen, welche Veränderung nur plausibel erwartet und welche tatsächlich beobachtet wurde.

## PROOF-Beispieldatensatz

| Feld                | Fiktiver Eintrag                         | Grenze                                       |
|---------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Problem             | Rechnungsausnahmen ohne Zuständigkeit    | Nicht jeder Rechnungsprozess hat diese Lücke |
| Relevante Fähigkeit | Routing an eingerichtete Rollen          | Rollen müssen eingerichtet sein              |
| Beobachtbarer Beleg | Reproduzierbarer Produktrundgang         | Kein Kostenbeweis                            |
| Betriebsbedingungen | Daten und Zuständigkeitsmodell verfügbar | Einführungsarbeit bleibt                     |
| Passungsgrenze      | Teams mit Übergabebedarf                 | Keine Abschaffung aller manuellen Aufgaben   |

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                       | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Füllt PROOF für die drei sichtbarsten geplanten Websiteaussagen aus.                    | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Entfernen oder begrenzt Aussagen, deren Belegtyp das versprochene Ergebnis nicht trägt. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 4. Eine Botschaftshierarchie aufbauen

Ordnet Botschaften danach, was Besuchende als Nächstes verstehen müssen. Erklärt zunächst die unterstützte Aufgabe, dann Wirkungsweise, Belege und Passungsbedingungen. Trennt Kategorieerklärung und Grund für die Bevorzugung eures Ansatzes. Ein Unterschied muss entscheidungsrelevant und belegbar sein; Ungewöhnlichkeit allein reicht nicht. Vergleicht die stärkste glaubwürdige Alternative einschließlich des bestehenden Ablaufs. Erfindet keinen schwachen Wettbewerber für eine überzeugendere Seite. Eine Hauptbotschaft und wenige tragende Argumente geben jedem Abschnitt eine eigene Aufgabe. Wiederholte Überschriften in neuen Worten ersetzen keine Hierarchie. Dokumentiert, welche Leserfrage ein Argument beantwortet und welches Argument beim Kürzen zuerst entfallen darf.

### Durchführung im Team

Baut eine Karte aus Hauptbotschaft und unterscheidbaren Argumenten. Jedes Argument erhält Leserfrage und Beleg. Prüft, ob sein Entfernen eine echte Informationslücke ließe. Falls nicht, wiederholt es möglicherweise nur Bekanntes. Vergleicht mit der stärksten bestehenden Alternative einschließlich vorläufigem Nichtstun. Erklärt Abwägungen fair und stellt nicht jeden manuellen Schritt als grundsätzlich verschwenderisch dar. Bei geringer Menge oder notwendigem menschlichem Urteil kann manuelle Prüfung passen. Eine Passungsgrenze erhöht Klarheit, ohne den berechtigten Fall für das Produkt zu schwächen. Kennzeichnet außerdem, welches Argument eine notwendige Voraussetzung erklärt und welches einen möglichen Zusatznutzen beschreibt, damit optionale Vorteile nicht als garantierter Kern erscheinen.

### Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                             | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Priorisiert fünf Botschaften nach Entscheidungsbedarf und gibt jeder einen eigenen Abschnitt. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Überarbeitet Hierarchien, in denen jeder Abschnitt denselben allgemeinen Nutzen behauptet.    | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 5. Alternativen und Abwägungen recherchieren

Lasst eine kaufende oder anwendende Person die letzte passende Entscheidung rekonstruieren. Was löste sie aus, welche Optionen gab es, welche Belege zählten und was blieb offen? Fragt auch nach Bedingungen schlechter Produktpassung. Das liefert mehr als die Wahl einer Lieblingsüberschrift. Macht aus Recherche keine Verkaufsdemonstration. Wenn ihr Konzepte zeigt, präsentiert Alternativen konsistent und lasst zuerst das Verständnis erklären. Gebt erst danach Hilfen. Trennt beobachtete Verwirrung und sprachliche Vorlieben. Eine Formulierung kann gefallen und trotzdem eine falsche Funktion vermitteln. Erfasst daher nicht nur, welche Variante gewählt wurde, sondern was die Person davon konkret erwartet.

### Durchführung im Team

Gestaltet Konzeptrecherche so, dass Interpretation vor Vorliebe sichtbar wird. Fragt nach Angebot, nutzender Rolle und erwarteter Folge des Klicks. Lasst die Formulierung zeigen, aus der diese Erwartung entstand. Erst danach folgt Relevanz für die eigene Situation. Eine Bewertung ohne Verständnisprüfung kann angenehme Mehrdeutigkeit belohnen. Haltet Kontext zwischen Konzepten konsistent und notiert die Reihenfolge. Führt Teilnehmende nicht zur richtigen Antwort, um ihre spätere Erklärung als unabhängiges Verständnis zu werten. Die nächste Redaktion muss echte Erkenntnis und suggestive Nachfrage unterscheiden können. Bewahrt deshalb auch den Wortlaut wichtiger Fragen auf und markiert Stellen, an denen eine zusätzliche Erklärung durch die Moderation nötig war.

### Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                                | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Erhebt drei Entscheidung<br>srekonstruktionen und<br>mindestens eine<br>ausdrückliche<br>Nichtpassungsbedingung. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Verwerft beliebte<br>Formulierungen, wenn<br>Lesende eine nicht<br>vorhandene Funktion<br>erwarten.              | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 6. Den Hero als kompakte Entscheidungshilfe schreiben

Der Hero braucht genügend Konkretheit zur Orientierung, ohne das gesamte Produkt in einen Satz zu pressen. Benennt Aufgabe oder Ergebniskategorie, bei Bedarf die passende Rolle und anschließend Mechanismus oder wichtige Grenze. Die Unterzeile trägt Nuancen, die nicht in die Überschrift passen. Die CTA-Beschriftung beschreibt die Handlung; benachbarter Text erklärt den folgenden Ablauf. Versprechen wie mühelose Transformation brauchen tatsächliche Erfahrungsbelege. Ein Produktbild zeigt etwas Relevantes und erhält eine Texterklärung. Behandelt den Hero als prüfbare Verständnishypothese statt als isolierten Sloganwettbewerb. Testpersonen erklären in eigenen Worten, was angeboten wird und was nach dem Klick geschieht, bevor sie eine Bewertung abgeben.

### Durchführung im Team

Erstellt einen Herovergleich mit Überschrift, Erklärung, Beleghinweis und CTA-Erwartung. Prüft das Tatsachenversprechen vor Stilfragen. Ausnahmen prüfen und Ausnahmen abschaffen sind verschiedene Produktaussagen, nicht bloß kreative Varianten. Verwerft die ungestützte Fassung vor Vorliebetests. Lasst Lesende das Angebot in eigenen Worten erklären. Wörtliches Wiederholen der Überschrift zählt nicht als Verständnis. Fragt nach einem plausiblen Einsatz und einer Grenze. Wählt nach zutreffender Einordnung und Relevanz. Verfeinert anschließend Rhythmus und Stimme innerhalb dieses Rahmens, statt zur Übertreibung zurückzukehren. Notiert auch falsche Erwartungen bei einer ansonsten beliebten Variante. Sie sind ein Reparaturhinweis und dürfen nicht hinter einer hohen Gefallensbewertung verschwinden.

### Verständnisprüfung des Heroes

| Frage                | Nützliche Antwort              | Warnsignal                                |
|----------------------|--------------------------------|-------------------------------------------|
| Was wird angeboten?  | Konkrete Aufgabe und Fähigkeit | Wiederholt nur den Slogan                 |
| Wer nutzt es?        | Passende Rolle und Situation   | Unterstellt allgemeine Passung            |
| Was folgt dem Klick? | Tatsächliches Folgeformat      | Erwartet nicht angebotenen Test           |
| Was bleibt offen?    | Benennt passende Prüffrage     | Hält ungestütztes Ergebnis für garantiert |

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                              | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Entwerft drei Heroes mit Aufgabe, Mechanismus, Passung und klarer Erwartung an den nächsten Schritt.           | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Pausiert die Auswahl, wenn Varianten unterschiedliche Tatsachenversprechen statt nur andere Rahmung enthalten. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 7. Belege direkt bei der Aussage platzieren

Ein Beleg beantwortet den konkreten Zweifel einer Aussage. Eine vorhandene aktuelle Sicherheitszertifizierung beweist keine einfache Einführung. Ein Servicezitat beweist keine bezifferte Kostenersparnis. Ordnet jedes Belegelement der gestützten Aussage zu und zeigt den Geltungsbereich. Gemessene Ergebnisse erhalten nach Möglichkeit Zeitraum und Bedingungen. Lassen sich vertrauliche Belege nicht veröffentlichen, grenzt die öffentliche Aussage ein oder erklärt den Prüfweg ehrlich. Erfindet keine anonymisierten Kundenergebnisse. Prüft Logos und Zitate auf Erlaubnis und Kontexttreue. Eine attraktive Belegleiste kann irreführen, wenn sie Beziehungen oder Resultate nahelegt, die das Material nicht trägt. Freigabe und sachliche Aussagekraft werden dabei getrennt dokumentiert.

### Durchführung im Team

Verbindet prominente Aussagen in einer Belegplatzierungskarte mit überprüfbarem Material. Eine Demonstration zeigt eine Funktion, ein freigegebener Fall beschreibt begrenzte Erfahrung, dokumentierte Messung kann ein bestimmtes Ergebnis unter genannten Bedingungen tragen. Räumliche Nähe darf nicht mehr suggerieren. Bei Testimonials bleiben tatsächliche Bedeutung und Erfahrung erkennbar. Zahlen brauchen nach Möglichkeit Zeitraum, betrachtete Gruppe, Nenner und Berechnung. Sind diese Angaben nicht auffindbar, streicht die Zahl oder verwendet eine engere qualitative Aussage. Belege verringern konkrete Unsicherheit statt bloß dekorativ zu beruhigen. Kontrolliert die fertige Seite darauf, ob Logos oder Zahlen durch ihre Anordnung unabsichtlich eine weitergehende Aussage zu Leistung, Beziehung oder Verbreitung nahelegen.

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                              | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Ordnet jedem Belegelement eine Aussage und eine nicht belegte Schlussfolgerung zu.             | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Haltet die Veröffentlichung an, wenn einer prominenten Zahl Quelle, Nenner oder Kontext fehlt. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 8. Seite und Formulare verständlich machen

Textarbeit reicht bis Navigation, Formular, Fehlermeldung und Bestätigung. Verwendet beschreibende Überschriften, erklärt nötige Begriffe und formuliert verständliche Links. W3C WAI behandelt [zugängliche Texte](#), [Seitenstruktur](#), Beschriftungen und [Formularanleitungen](#). Ein Platzhalter darf nicht die einzige Felderklärung sein. Erläutert Pflichtangaben und den Ablauf nach dem Absenden. Fehlertexte benennen Problem und Korrektur, ohne Besuchende zu beschuldigen. Wesentliche Einschränkungen bleiben bei der Aussage lesbar und verschwinden nicht im unzugänglichen Kleingedruckten. Die Textprüfung umfasst die implementierte Oberfläche. Richtige Ausgangstexte können in Gestaltung oder Entwicklung verloren gehen, etwa wenn eine wichtige Hilfszeile entfernt oder nur bei Mausberührung angezeigt wird.

### Durchführung im Team

Geht die umgesetzte Seite als Aufgabe durch, statt nur das Textdokument zu lesen. Navigiert über Überschriften, folgt Links, gibt einmal falsche Formulare Daten ein und korrigiert sie. Fehlertexte nennen das betroffene Feld und eine brauchbare Reparatur. Prüft sichtbare Beschriftungen und eine Bestätigung des tatsächlichen nächsten Schritts. Kontrolliert, ob Gestaltung eine nötige Einschränkung verschoben oder mobil versteckt hat. Text- und Oberflächenzuständigkeit reparieren gemeinsam. Eine isolierte Wortprüfung belegt keine Zugänglichkeit. Umgekehrt darf Gestaltung nicht jede Hilfszeile als entbehrliche optische Dichte behandeln. Dokumentiert den geprüften Ablauf und die verwendete Version, damit spätere Änderungen nicht auf einer längst veralteten Freigabe aufbauen.

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                   | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Testet Überschriften, Beschriftungen, Pflichtfeldhinweise, Fehlertexte und Bestätigung.             | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Sperrt den Start, wenn die Aufgabe mit den vorhandenen Hinweisen nicht verständlich ausführbar ist. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 9. Seiten über Leserfragen verbinden

Gestaltet Übergänge nach der nächsten offenen Frage. Eine Lösungsseite kann zu Implementierungsdetails führen, ein Vergleich zu einer Passungsprüfung und eine Sicherheitsseite zu Prüfunterlagen. Ein Demo-CTA nach jedem Absatz schafft nicht automatisch bessere Entscheidungen. Eine zweite Handlung kann eine weniger verbindliche Aufgabe unterstützen, wenn sie nützlich und klar verschieden ist. Die maßgebliche Erklärung bleibt auffindbar. Vermeidet widersprüchliche Funktionssprache zwischen Seiten. Verteilte Ausschnitte und Vertriebtexte verwenden dieselben freigegebenen Aussagegrenzen. Ein stimmiger Auftritt hilft beim Vergleichen, ohne Lesenden die Auflösung interner Begriffsunterschiede aufzubürden. Prüft deshalb nicht nur einzelne Seiten, sondern auch konkrete Wege zwischen ihnen und die dort entstehenden Erwartungen.

### Durchführung im Team

Erstellt eine Fragen-Seiten-Karte für einen wirklichen Prüfweg. Notiert beantwortete und offene Fragen pro Seite. Ersetzt allgemeine Linktexte nach Möglichkeit durch klare Zielbeschreibungen. Gleiche Handlungen erhalten konsistente CTA-Bezeichnungen, andere werden unterscheidbar. Prüft den Wechsel von Erklärung zu Technik, ohne den Ausgangskontext zu verlieren. Wiederholte Funktionsaussagen werden auf Widerspruch geprüft. Hat ein Begriff intern mehrere Bedeutungen, klärt die öffentliche Definition vor freier Improvisation einzelner Seitenzuständiger. Zusammenhang ist Teil nützlicher Information und nicht nur Markenästhetik. Lasst eine unbeteiligte Person einen konkreten Weg gehen und markieren, wo sie dieselbe Frage erneut stellen oder widersprüchliche Antworten selbst auflösen müsste.

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                  | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Kartiert einen Weg von Frage zu Frage und die jeweils angemessene Verbindlichkeit. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Vereinigen oder klärt Seiten mit widersprüchlichen Antworten zur selben Fähigkeit. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 10. Abgeschlossene Handlungen und Passung messen

Definiert Erfolg in einem Handlungswörterbuch. Klick, abgesendete Anfrage, bestätigtes Gespräch und qualifizierte Chance sind verschiedene Ereignisse mit unterschiedlichen Zuständigkeiten. [Schlüsselereignisse in Google Analytics](#) markieren wichtige Handlungen, bestätigen aber keine Leadqualität. Ein Formularabschluss muss erfolgreiche Übermittlung statt bloßem Klick oder Neuladen erfassen. Berichtet geeignete Zahlen, Nenner und bekannte Lücken. Ergänzt Verhalten durch Verständnistests und Gesprächsrückmeldungen. Eine höhere Anfragerate kann mit schlechterer Passung einhergehen, wenn der Text falsche Erwartungen weckt. Optimiert daher keine Gesamtrate ohne Blick auf den Verlauf nach der Handlung. Dokumentiert Definitionsänderungen, damit unterschiedliche Zeiträume nicht fälschlich als unverändert vergleichbar erscheinen.

### Durchführung im Team

Vereinbart mit Analyse und Vertriebsbetrieb ein Handlungswörterbuch. Es benennt Systeme für Übermittlung, bestätigtes Gespräch und Qualifikation. Dokumentiert Dublettenbehandlung und Zeitfenster, damit erneutes Absenden nicht stillschweigend eine weitere Person wird. Testet Erfassung und sichtbare Bestätigung gemeinsam. Der Bericht zeigt Anfragemenge neben Passungsbeobachtungen statt eines einzigen Erfolgswerts. Unvollständige Erfassung erhält einen Hinweis. Ein Experiment verändert möglicherweise die Zusammensetzung der Anfragenden und nicht nur ihre Zahl. Prüft konkrete Erwartungen aus Gesprächen vor dem Feiern einer höheren Rate. Trennt dabei die Beobachtung falscher Erwartungen von einer allgemeinen Verkaufsbewertung, denn Ablehnung kann auch Gründe haben, die mit der Seitenbotschaft gar nicht zusammenhängen.

## Handlungswörterbuch

| Beobachtung          | Systemzuständigkeit                    | Deutungsgrenze                             |
|----------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|
| CTA-Klick            | Webanalyse                             | Linkhandlung statt abgeschlossener Anfrage |
| Erfolgreiche Anfrage | Formular- oder Anwendungszuständigkeit | Übermittlung statt Qualifikation           |
| Bestätigtes Gespräch | Vertriebsbetrieb                       | Termin statt Verkaufschance                |
| Qualifizierte Chance | CRM-Prozesszuständigkeit               | Abhängig von dokumentierter Qualifikation  |

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                           | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Definiert Klick, erfolgreiche Anfrage und Passungsprüfung getrennt mit Zuständigkeit und Quelle.            | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Nennt eine Steigerung nicht erfolgreich, wenn Passung oder Erfüllung die vereinbarte Grenze unterschreiten. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

# 11. Den passenden Test zur Unsicherheit wählen

Unsicheres Verständnis braucht einen Verständnistest, fehlender Beleg Recherche und technischer Fehler Reparatur. Ein A/B-Test hilft nur, wenn Vergleich, Zuteilung, Ergebnis und Stichprobe die gewünschte Ableitung tragen. Verkündet keine Siegerbotschaft aus wenigen Anfragen oder ständigem Blick auf schwankende Zwischenstände. Bei wenig besuchten B2B-Seiten können strukturierte Lesetests und sorgfältige Vorher-Nachher-Diagnosen dringlichere Fragen beantworten, bleiben aber ebenfalls ohne sichere Kausalaussage. Legt vorher fest, welche Entscheidung bei plausiblen Resultaten folgt. Ändert kein Resultat eine Entscheidung, ist der Test noch nicht sinnvoll. Trennt außerdem die Prüfung der Formulierung von einer gleichzeitig geänderten Zielgruppe oder einem neuen Produktangebot, soweit dies praktisch möglich ist.

## Durchführung im Team

Schreibt einen Testauftrag mit Unsicherheit, Vergleich, Methode, Ergebnis und Regel. Bei unklarer Kategorie beginnt ein Verständnistest. Bei zweifelhafter Aussage fehlen Belege. Bei Formularfehlern wird zuerst repariert. Für quantitative Vergleiche prüft eine Analyseperson, ob Traffic und Ereignishäufigkeit die gewünschte Ableitung tragen. Legt Ende und Ungültigkeitsbedingungen vorher fest. Ändert die Hypothese nicht nach einem günstigen Teilsegment. Bleibt das Ergebnis offen, erhält diese Schlussfolgerung. Ein kleines Team darf dennoch anhand mehrerer unvollkommener Quellen entscheiden, wenn Unsicherheit ehrlich bleibt. Notiert die praktische Entscheidung getrennt von der wissenschaftlichen Sicherheit. Eine vernünftige Arbeitsentscheidung braucht nicht dieselbe Behauptungsstärke wie ein öffentliches Versprechen über kausale Wirkung.

## Unsicherheit und passende Methode

| Unsicherheit             | Passende erste Methode                     | Nicht belegbar damit                                |
|--------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Angebot missverstanden   | Strukturierter Verständnistest             | Allgemeine Conversionsteigerung                     |
| Aussage bezweifelt       | Quellen- und Belegprüfung                  | Sprachliche Vorliebe                                |
| Formular unvollständig   | Aufgabentest und Technikprüfung            | Schwache Kaufmotivation                             |
| Zwei gestützte Rahmungen | Zum Material passender geplanter Vergleich | Kausalität aus winziger unkontrollierter Stichprobe |

## Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Notiert Unsicherheit, Methode, Ergebnisdefinition, Stoppregel und Entscheidung vor der Erhebung. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Stoppt die Interpretation bei Erfassungs- oder Zuteilungsfehlern und startet nach Reparatur neu. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 12. Messaging als gepflegtes System übergeben

Pflegt eine freigegebene Botschaftsbibliothek mit Aussagenkennungen, Belegen, Passungsgrenzen, Seitenorten und Prüfständigkeiten. Trennt Stilhinweise von Tatsachenversprechen, damit Schreibende frei veränderbare Teile erkennen. Produktmarketing verantwortet Positionierung, Fachpersonen prüfen Funktionen, UX prüft Aufgabenklarheit und die Websitezuständigkeit koordiniert Umsetzung. Benennt eine Konfliktentscheidung, statt auf entstehenden Konsens zu hoffen. Vertrieb und Distribution erhalten aktuelle Ausschnitte; alte werden zurückgezogen. Änderungen bei Preis, Verfügbarkeit oder Einführung können abgestimmte Seitenänderungen erfordern. Testet einen solchen Fall in der Übergabe, bevor die ursprüngliche Autorin ausfällt. Eine gespeicherte Textdatei allein übergibt weder Entscheidungsrechte noch Wissen über Abhängigkeiten und Prüfwege.

### Durchführung im Team

Erstellt für wichtige Botschaften eine Änderungsnotiz. Sie enthält Faktenzuständigkeit, Quelle, Fundorte, Ableitungsnutzende und erneute Prüfgründe. Neue Einführungsvoraussetzungen können Zielseite, Vertriebsdeck und Onboardingmail zugleich betreffen. Die Vertretung aktualisiert ein kontrolliertes Beispiel und prüft alle Orte. Stilprinzipien bleiben von freigegebenen Tatsachen getrennt, damit normale Bearbeitung nicht unnötig eskaliert. Eine kleine Wortänderung mit größerem Geltungsbereich geht dagegen zurück in die Sachprüfung. Die Übergabe ermöglicht sichere Routinearbeit und erkennbar besondere Entscheidungen. Sie friert nicht den gesamten Auftritt hinter einer unklaren Freigaberegeln ein. Dokumentiert deshalb konkrete Änderungsbeispiele, die eigenständig erlaubt sind, und solche, bei denen fachliche Prüfung erneut erforderlich wird.

### Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                     | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Verfolgt eine Funktionsänderung durch Seitentext, Beleg, CTA-Erwartung und Vertriebsausschnitte.      | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Sperrt überholte Aussagen, wenn die zuständige Fachperson den aktuellen Produktstand nicht bestätigt. | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 13. Eine fiktive Websiteüberarbeitung durchspielen

FIKTIVES B2B-SAAS-BEISPIEL: Ledgerpath hilft Finanzteams bei Rechnungsprüfungsabweichungen. Alle Zahlen sind Planungsannahmen; Kundenergebnisse werden nicht erfunden. Angenommen werden sechs Recherchesitzungen, zwei Seitenkonzepte und zweiunddreißig Teamstunden. Ein unbelegter Hero zur Abschaffung sämtlicher Handarbeit wird durch eine begrenzte Fähigkeit ersetzt: Rechnungsausnahmen mit sichtbarer Prüfhistorie an benannte Verantwortliche leiten. Vor Nutzung wird diese Funktion im Produkt geprüft. Der CTA bietet einen Workflow-Rundgang und erklärt dessen Format. Bewertet wird, ob Teilnehmende Aufgabe, Grenze und nächsten Schritt beschreiben können. Steigerungen bei Conversion, Zeitersparnis oder Umsatz werden nicht unterstellt. Das Beispiel zeigt, wie sich ein Versprechen präzisieren lässt, ohne das spätere Ergebnis vorwegzunehmen.

### Durchführung im Team

Im fiktiven Ledgerpath-Projekt werden Stunden ausdrücklich auf Recherche, Prüfung, Text, Umsetzung und Aufgabentest verteilt. Zweiunddreißig Stunden begrenzen diesen Plan und sind keine allgemeine SaaS-Norm. Zeigen die Sitzungen ein größeres Missverständnis, reduziert Seiten statt die zweite Verständnisprüfung zu streichen. Prüft Zuständigkeitsrouting und Historie direkt vor Nutzung der Überschrift. Testet die Rundgangsfrage gegen das im CTA erklärte Format. Die sechs Sitzungen liefern qualitative Hinweise und sind kein Conversion-Experiment. Der erste Pilotgewinn ist eine besser gestützte Botschaft mit verwendbarer Seite. Geschäftliche Resultate brauchen gesonderte Beobachtung. Erfasst Abweichungen vom Plan samt Ursache, damit eine spätere Aufwandsschätzung nicht erneut denselben ungeplanten Prüfbedarf ausblendet.

### Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Verteilt Recherche, Prüfung, Text, Umsetzung und Aufgabentest innerhalb der verfügbaren Stunden. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Reduziert Seitenumfang vor der Prüfung des zentralen Produktversprechens.                        | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

## 14. Botschaften prüfen, korrigieren und stilllegen

Plant Prüfungen nach Veränderlichkeit der zugrunde liegenden Tatsachen. Eine stabile Aufgabenerklärung bleibt möglicherweise nützlich, während eine Integrationsaussage nach einer Produktänderung sofort korrigiert werden muss. Bewahrt wesentliche Änderungen auf und stimmt Ableitungen ab. [Googles Hinweise zu hilfreichen Inhalten](#) betreffen Lesernutzen und versprechen keine besseren Rankings oder Conversions nach einer Überarbeitung. Haltet einen Korrekturweg bereit und benennt Passungsgrenzen klar. Stellt nicht belegbare Botschaften still, statt Beweise durch stärkere Adjektive zu ersetzen. Das Arbeitsbuch ist abgeschlossen, wenn jedes wichtige Versprechen zuständig betreut, belegt und realistisch korrigierbar ist. Neue Texte sind dabei nur eine mögliche Folge des Reviews.

### Durchführung im Team

Prüft stillzulegende Aussagen zusammen mit normaler Seitenpflege. Für jedes wichtige Versprechen werden Funktion, Belege und Passungsbedingungen kontrolliert. Richtige zeitlose Erklärungen bleiben ohne kosmetisch erneuertes Datum. Fehlt Unterstützung, wird die Aussage entfernt oder eingegrenzt, bevor ein schöneres Layout beauftragt wird. Wesentliche Änderungen erreichen auch Ausschnitte und Vertriebsmaterial. Ein klarer Weg für sachliche Hinweise erhält eine zuständige Antwortperson. Dokumentiert Stilllegungsgründe, damit spätere Teams überzeugend klingende alte Versprechen nicht wieder einführen. Weniger Aussagen können stärkere Entscheidungshilfe ergeben, wenn sie leichter prüfbar und erfüllbar sind. Zum Abschluss steht deshalb nicht die Zahl neu formulierter Absätze, sondern die Qualität der weiterhin öffentlich getragenen Zusagen.

### Kopiervorlage für die Entscheidung

| Arbeitsfeld        | Konkreter Eintrag                                                                                           | Verantwortung           | Status             |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| Nächste Arbeit     | Prüft jedes Hauptversprechen als aktuell, belegbedürftig, eingegrenzt oder stillgelegt mit nächstem Termin. | [Name eintragen]        | [offen / erledigt] |
| Entscheidungsregel | Archiviert Versprechen ohne geklärten aktuellen Geltungsbereich oder zuständige Belegprüfung.               | [Entscheidung benennen] | [weiter / stoppen] |

### Primärquellen und Anwendungsgrenzen

- [Google: Creating helpful, reliable, people-first content](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [Google: Guidance on generative AI content](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [Google: Publication dates](#) — geprüft am 24.10.2026.

- [W3C WAI: Writing for web accessibility](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [W3C WAI: Page structure](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [Google Analytics: Campaign URL parameters](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [Google Analytics: About key events](#) — geprüft am 24.10.2026.
- [W3C WAI: Form instructions](#) — geprüft am 24.10.2026.

## EUER TRANSFER-CANVAS

## Aus dem Guide wird ein Teamauftrag

Nutzt diese Seite für einen gemeinsamen Review. Einigt euch auf ein Arbeitsergebnis, einen überprüfbaren Nachweis und eine verantwortliche Person. Ergänzt die konkreten Methoden und Vorlagen aus den passenden Kapiteln.

| Arbeitsfeld                      | Eure Vereinbarung                       |
|----------------------------------|-----------------------------------------|
| Priorisiertes Ergebnis           | Eine priorisierte Nachrichtenhierarchie |
| Eigene Ausgangslage              | Befund / Quelle / Datum: _____          |
| Kleinsten sinnvoller Test        | _____<br>_____                          |
| Nachweis & Gegenbeobachtung      | _____<br>_____                          |
| Verantwortung & Prüfung          | Owner / prüfende Person / Termin: _____ |
| Beenden oder verändern, wenn ... | _____<br>_____                          |
| Beschluss & nächster Schritt     | _____<br>_____                          |

Offene Annahmen ausdrücklich offen lassen. Ein ausgefülltes Arbeitsblatt ersetzt keinen Beleg und kein verantwortliches Urteil.

# Quellen & weiterführende Dokumentation

Primärquellen geprüft am 24. Oktober 2026. Die Quellen stützen die jeweils verlinkten fachlichen oder technischen Aussagen; die Arbeitsmodelle und fiktiven Fälle sind eigene redaktionelle Entscheidungshilfen. Prüft dynamische Plattformangaben vor der Umsetzung erneut.

1. [Google: Creating helpful, reliable, people-first content](#)
2. [Google: Guidance on generative AI content](#)
3. [Google: Publication dates](#)
4. [W3C WAI: Writing for web accessibility](#)
5. [W3C WAI: Page structure](#)
6. [Google Analytics: Campaign URL parameters](#)
7. [Google Analytics: About key events](#)
8. [W3C WAI: Form instructions](#)

## Nächster Schritt

Wenn ihr den Arbeitsplan gemeinsam auf euer Produkt, eure Daten und eure Teamkapazität übertragen möchtet, könnt ihr ein unverbindliches Strategiegespräch anfragen.

[patrickwings.com](https://patrickwings.com)