

# **Der Weg zu Top-Texten.**

## **Daten**

Autor: Torsten Montag

Version: 1.0

Download unter: <http://www.gruenderlexikon.de/ebooks/Der-Weg-zu-Top-Texten>

# Inhaltsverzeichnis

Warum es so schwierig ist, Texte mit guter Qualität zuzukaufen.....	3
Das Texter-Dilemma: Fremde Website + fremdes Problem = schlechte Qualität.....	5
Wie Sie einen Texter zu einer besseren Qualität bewegen.....	8
Die 7 goldenen Regeln für den richtigen Umgang mit Textern.....	11

## Warum es so schwierig ist, Texte mit guter Qualität zuzukaufen

Content is King – das ist der aktuell geltende Maßstab in Sachen **Suchmaschinenoptimierung** und wird es sicherlich auch noch eine Weile bleiben. Leider scheint es trotz des immer mehr wachsenden Angebots immer schwieriger zu werden, gute Texter zu finden, die nicht nur Masse bei verständlicher **Rechtschreibung und Grammatik** produzieren, sondern tatsächlich Inhalte produzieren, die für den Leser einen Mehrwert schaffen. Wir wollen uns in diesem und den folgenden Artikeln genauer mit der Problematik auseinandersetzen, wie sich die **Qualität von Texten im Web** steigern lässt.

### *Woran es beim Texten in der Praxis hapert*

**Wörter aneinander reihen** kann im Prinzip jeder, der der deutschen Sprache mächtig ist. Aber Wörter aneinander zu reihen hat noch nichts mit professionellen Texten zu tun. Hier muss man zunächst dreierlei Textarten unterscheiden:

1. Texte mit **unnützlich hoher Keyworddichte**, am besten mit Long-Tail-Keywords (unter Textern auch liebevoll "SEO-Gedöns" genannt)
2. Texte mit **journalistischem Anspruch** und gut recherchiertem, redaktionellem Hintergrund
3. gut recherchierte Texte, die auch **SEO-Anforderungen** genügen

Ich denke, in einer Sache dürften wir uns einig sein: Die dritte Textart ist die beste, da sie nicht nur Leser anzieht und an die Seite bindet, sondern gleichzeitig auch gute Ergebnisse in den Suchmaschinenergebnissen bringt. Doch woher nehmen, wenn nicht stehlen?

### **Bessere Bezahlung = bessere Texte?**

Viele sagen: „Wenn du bessere Texte haben willst, musst du eben mehr dafür bezahlen.“ Doch glauben Sie es oder auch nicht: Das ist NICHT des Rätsels Lösung. Eine **gute Bezahlung** kann unter Umständen helfen, die Qualität der Artikel zu steigern, was die Themen **Rechtschreibung, Grammatik und Stil** angeht – immerhin. Allerdings findet man eine solche Qualität teilweise selbst bei 1-Cent-Textern, da dies mehr eine Frage des Könnens und weniger eine Frage von mehr Zeit ist. Aus einem Legastheniker wird kein Rechtschreibprofi, selbst wenn er für eine Aufgabe doppelt so lange Zeit bekommt.

Die bessere Bezahlung hilft aber nicht zwingend, dass auch die **inhaltliche Qualität** der Artikel steigt. Von einem Artikel hoher Qualität sprechen wir, wenn

- bezüglich der Inhalte ein **Mehrwert für den Leser** entsteht,
- der Inhalt durch **Grafiken, Diagramme und Videos** untermalt wird und
- eine **sinnvolle interne und externe Verlinkung** zu themenrelevanten Seiten erfolgt.

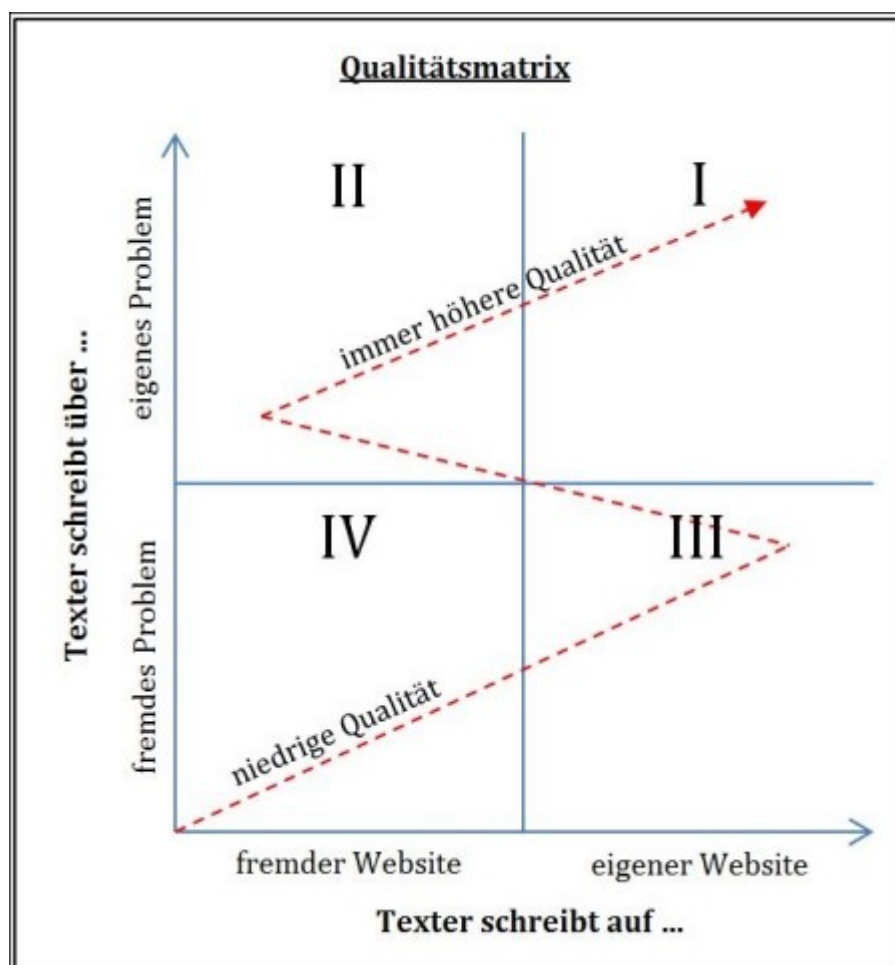
Diese Anforderungen werden leider nicht automatisch erfüllt, wenn man mehr bezahlt – ganz im Gegenteil. Die wichtigste Frage lautet also: Wie bringe ich einen Texter dazu, nicht nur einfache Texte „hinzuschleppen“, sondern stattdessen richtige „**Hammertexte**“ zu schreiben, die den Leser vom Hocker hauen und ihn dazu bringen, unbedingt mehr lesen zu wollen? Dieser Frage widmen wir uns im nächsten Kapitel etwas eingehender.

## Das Texter-Dilemma: Fremde Website + fremdes Problem = schlechte Qualität

Wenn ein Texter das Know-how hat, um **hochqualitative Texte** zu verfassen, stellt sich die Frage, was ihn dazu bringt, dies auch zu tun. Wir haben lange beobachtet, in welchen Fällen gute und **schlechte Qualität** abgeliefert wurde und konnten eine Feststellung machen: Je mehr sich der Texter mit der Thematik des Textes identifizieren kann, desto besser ist im Endeffekt auch die Qualität des Textes. Angenommen, wir schreiben über ein Problem, das uns gerade selbst beschäftigt – es ist doch nur mehr als logisch, dass wir uns dafür **besonders anstrengen**.

### ***Eigene oder fremde Webseite***

Wir haben außerdem festgestellt, dass es auch eine Rolle spielt, ob der Texter für eine fremde Seite oder eine eigene Seite schreibt. Auch bei der eigenen Website ist die **Motivation** wesentlich größer, mehr Zeit in einen Text zu investieren. Wir haben diesen Sachverhalt in einer **Qualitätsmatrix** dargestellt:



Doch was bedeuten nun die einzelnen Quadranten?

### ***Quadrant I: Höchste Qualität***

**Typisches Beispiel:** Der Texter berichtet in seinem eigenen Blog über ein Buch, das er gerade liest.

**Qualität:** Die Qualität ist bei dieser Konstellation am höchsten. Sie liegt dem Texter selbst am Herzen, da es sich um seine eigene Seite handelt. Gleichzeitig handelt es sich um ein Thema, für das er sich offensichtlich interessiert, sonst hätte er es nicht gewählt. Schließlich hat er auf seiner eigenen Website die freie Themenwahl.

**Nachteil:** Wir haben leider nichts davon! Wir könnten höchstens davon profitieren, wenn wir in einem dieser hochqualitativen Artikel einen Link unterbringen würden. Aber es gibt sonst keinen positiven Effekt für unsere eigenen Seiten.

### ***Quadrant II: Sehr gute Qualität***

**Typisches Beispiel:** Die meisten Texter haben ein Spezialgebiet. Wir beauftragen ihn mit der Erstellung eines Textes aus diesem Bereich.

**Qualität:** Wir können uns in diesem Fall relativ sicher sein, dass die Qualität besonders in Bezug auf die Inhalte sehr gut ausfallen wird. Dies liegt daran, dass der Texter sich für das Thema interessiert und in diesem Gebiet bereits Erfahrungen vorweisen kann. Zusätzlich kann er unter Umständen sogar auf zusätzliches Daten- und Fotomaterial zurückgreifen, das sich im Laufe der Zeit angesammelt hat.

**Nachteil:** Besonders wenn wir größere Mengen an Texten benötigen, würde die Beauftragung von Textern mit ihren Spezialthemen einen schier unmöglichen Verwaltungsaufwand darstellen. Wir bräuchten zig Texter, von denen dann jeder nur von Zeit zu Zeit einen Auftrag erhielte, nämlich wenn sein Spezialthema gefragt ist. Das würde aber weder die Texter noch uns zufriedenstellen. In dem Moment, in dem wir bei einem Texter zahlreiche verschiedene Themenbereiche in Auftrag geben, müssen wir uns auf eine schwankende Qualität einstellen.

### ***Quadrant III: Gute Qualität***

**Typisches Beispiel:** Der Texter veröffentlicht auf seinem Blog einen Text für einen Linktausch. Das Thema geben wir vor, um eine Themenrelevanz zu unseren Seiten herzustellen.

**Qualität:** Die Qualität ist bei solchen Texten im Regelfall auch noch sehr gut. Allerdings wird sich der Texter nicht die Mühe machen, das Thema großartig auszuschnürceln und auszuarbeiten. Der Grund dafür ist einfach: Er möchte den Qualitätsstandard seiner Seite halten und kann es sich daher nicht leisten, schlecht geschriebene Artikel zu veröffentlichen. Da es sich aber im schlimmsten Fall um ein Thema handelt, das ihn vielleicht überhaupt nicht interessiert, ist die Motivation nicht besonders groß.

**Nachteil:** Auch in diesem Fall haben wir leider nichts von der guten Qualität, da der Artikel nicht auf unseren Seiten veröffentlicht wird. Immerhin erscheint unser Link auf dem Hintergrund des guten Textes, was uns unter Umständen frischen Traffic bringen kann.

### ***Quadrant IV: Mittelmäßige Qualität***

**Typisches Beispiel:** Quadrant IV stellt leider die am meisten vorkommende Fallkonstellation dar. Wir beauftragen einen Texter damit, Texte zu bestimmten Themen für unsere Websites zu verfassen. Das Spezialgebiet des Texters kommt vielleicht von Zeit zu Zeit auch vor, ist aber nicht Hauptbestandteil der Aufträge.

**Qualität:** Die Qualität könnte man als annehmbar beschreiben. In der Regel sind die Texte wenigstens in Hinblick auf die Rechtschreibung und Orthografie korrekt. Aber eine übermäßige Qualität brauchen wir gar nicht zu erwarten, denn wir bekommen sie im Regelfall auch nicht. Diesen Quadranten müssten wir im Prinzip noch weiter unterteilen. Eine mittelmäßige Qualität erhalten wir nämlich gewöhnlich nur, wenn der Texter mit der Bezahlung zufrieden ist. Sobald er mit der Bezahlung nicht zufrieden ist, sinkt die Qualität noch weiter und es schleichen sich fachliche oder Rechtschreibfehler ein.

**Vorteil:** Diese Art von Texten lässt sich zumindest zu vergleichsweise günstigen Preisen einkaufen.

**Nachteil:** Von dieser Kostenersparnis profitieren wir nur marginal, da wir entweder akzeptieren müssen, dass unsere Leser mit der Qualität nicht zufrieden sind, oder aber entsprechend nacharbeiten müssen. Letzteres kostet aber wiederum Zeit und damit Geld.

Wir stellen fest, dass die Qualität eines Textes vor allem davon abhängt, ob der Texter ein Problem als sein eigenes anerkennt oder nicht. Doch wie bringen wir den Texter dazu, unser Problem bzw. unser Thema als sein eigenes anzusehen? Das wollen wir uns im nächsten Kapitel etwas genauer ansehen.

## Wie Sie einen Texter zu einer besseren Qualität bewegen

Nun, die Lösung für unser **Qualitätsproblem** ist einfach: Wir lassen einfach alle Texter nur noch über das schreiben, über das sie schreiben wollen. Quatsch – machen wir natürlich nicht. Wie im letzten Artikel schon angedeutet, wäre dies schon alleine aus verwaltungstechnischer Sicht kaum machbar, weil wir dann eine unüberschaubar **große Anzahl an Textern** benötigen würden.

### ***Themen selbst auswählen lassen***

Eine Möglichkeit, um die Qualität zu steigern, ist, den Texter die Themen selbst auswählen zu lassen – natürlich in einem **vordefinierten Rahmen**, um die Themenrelevanz zu gewährleisten. Dies kann in der Praxis durchaus den gewünschten Effekt haben. Allerdings funktioniert so etwas nur in den seltensten Fällen von Anfang an. Der Websitebetreiber muss dem Texter **voll vertrauen** können, denn er legt ein großes Stück Verantwortung in dessen Hände. Diese Lorbeeren muss sich der Texter aber zunächst erst einmal verdienen – und genau daran hapert es auch schon wieder. Sollte der Texter es schaffen, sich entsprechend zu beweisen, ist für beide Seiten eine gute Basis für eine Zusammenarbeit gelegt worden.

### ***Texter- und Auftragspool anlegen***

Eine Möglichkeit wäre es auch, sich einen größeren Kreis an Textern zuzulegen, die mit den Anforderungen an die Texte vertraut sind. Diese Texter können schließlich auf einen **internen Auftragspool** zugreifen. Sie stellen dort die Themen ein, über die demnächst berichtet werden soll. Jeder Texter, der sich für ein Thema interessiert, kann den Auftrag übernehmen – wer zuerst kommt, mahlt zuerst. So können Sie den **Verwaltungsaufwand** relativ gering halten und haben nicht zu viel Arbeit mit der **Abstimmung**.



## **Erfolgsorientiert vergüten**

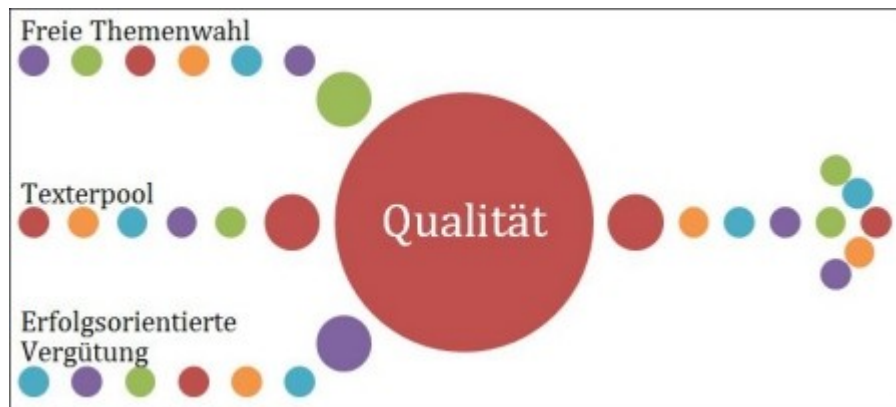
In der **Texterbranche** haben sich die **Preise pro Wort** längst durchgesetzt. Stundensätze sind in diesem Bereich eher selten anzutreffen. Das heißt: Der Texter bekommt immer die gleiche Vergütung für seinen Text, egal ob er ihn gut oder schlecht schreibt – Hauptsache, die Länge stimmt. Eine Alternative hierzu wäre eine **erfolgsorientierte Vergütung**. Dies bedeutet, dass der Texter eine Erfolgsbeteiligung erhält, beispielsweise eine **Beteiligung an den Werbeeinnahmen**, eine Bezahlung pro Pageview oder ein Bonus bei Erreichen bestimmter Zugriffszahlen.

Das hat für Sie den Vorteil, dass nur Kosten für die Texte entstehen, wenn sie auch ihren Zweck erfüllen. Hierfür müssen sie aber auch eine entsprechende **Qualität aufweisen**.

Für den Texter kann ein solches **erfolgsorientiertes Vergütungsmodell** Vorteile wie Nachteile haben. Ein Vorteil ist, dass er mit einem hochqualitativen Artikel unter Umständen mehr verdienen kann als bei der Abrechnung per Wortpreis. Zudem kann er sich durch eine **Lifetime-Provision** ein passives Einkommen aufbauen – sprich: Er bekommt auch noch Geld, selbst wenn er nicht mehr aktiv textet. Nachteilig ist für ihn, dass er sich damit in Ihre Hände begibt. Wenn Ihre SEO-Bemühungen nämlich keine Früchte tragen, hilft die beste Textqualität nichts und der Texter verdient nichts oder nur wenig. Dies ist auch der Grund, warum sich nur wenige Texter auf solche **Vergütungsmodelle** einlassen.

Ein gutes Beispiel hierfür ist übrigens das **Ratgeberportal suite101**. Die Texter, die dort ihre Artikel eingestellt haben, mussten leider kürzlich angesichts des Panda-Updates zusehen, wie ihre Einnahmen von Tag zu Tag schrumpften – weil Google die gesamte Hauptseite in den **Suchmaschinenergebnissen** weit nach hinten geschubst hat. Dadurch kamen auch nicht mehr annähernd so viele **Seitenaufrufe** zustande wie bisher und die Vergütungen sanken.

Eine erfolgsorientierte Vergütung kann für beide Seiten eine zufriedenstellende Lösung sein. Dies gilt aber nur dann, wenn beide beteiligten Seiten ihr Handwerk verstehen und sich auf den Partner verlassen können.



### **Fazit**

Je mehr der oben erklärten **Motivationsfaktoren** Sie umsetzen können, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Qualität der Texte steigt. Damit es aber auch ganz sicher nicht an Ihnen liegt, gehen wir im nächsten Kapitel noch eben auf die **wichtigsten Verhaltensregeln** ein, die Sie als Auftraggeber einhalten sollten, um gute Texte bei der Stange zu halten.

## Die 7 goldenen Regeln für den richtigen Umgang mit Textern

Sicher, Sie sind der Kunde und der Texter der Lieferant. Und als **Kunde sind Sie König**. Das bedeutet aber noch lange nicht, dass man sich gegenüber Dienstleistern aufführen darf, wie man mag, denn sonst ist man vielleicht bald die längste Zeit ihr Kunde gewesen. Gute Texter sind rar und wenn Sie einen gefunden haben, sollten Sie darauf achten, dass Sie ihn auch bei der Stange halten können. Wenn Sie die folgenden **7 goldenen Regeln** beachten, werden Ihnen Ihre Texter sicherlich lange treu bleiben:

### ***1. Regel: Machen Sie immer klare und konkrete Vorgaben!***

Als **erste Information** wird der Texter immer unter anderem die folgenden Angaben brauchen:

- Anzahl der Texte
- Länge der Texte
- Thema
- Textart
- Terminvorgabe

Liefen Sie ihm diese Informationen am besten schon unaufgefordert – er wird Sie ohnehin danach fragen. In selteneren Fällen kommt es auch vor, dass Sie vielleicht gar keine genaue Vorstellung haben. Bedenken Sie stets: Wenn Sie dem Texter **freie Hand lassen**, bleibt Ihnen hinterher auch nichts anderes übrig, als das Ergebnis zu akzeptieren, auch wenn es ggf. vielleicht doch etwas **anders ausfällt** als von Ihnen beabsichtigt.

## **2. Regel: Um Preise wird nicht nachträglich gefeilscht!**

Über den Preis für eine Dienstleistung unterhält man sich im Regelfall vor der Auftragserteilung. Wenn der Preis erst einmal steht, sollten Sie an diesem nicht mehr **nachträglich herumfeilschen** und gar um Rabatte bitten. Besonders bei **Wortpreisen** können Sie im Regelfall vorher schon fast auf den Euro genau ausrechnen, wie hoch die Rechnung ausfallen wird. Von daher ist es einfach **unglaublich**, sich

„nachträglich“ plötzlich über die hohe Rechnung zu wundern. Jede Leistung hat ihren Preis – auch die eines Texters.



## **3. Regel: Reagieren Sie immer kurzfristig auf Nachfragen!**

Wenn der Texter eine Frage zum Auftrag hat oder Informationen und Details von Ihnen benötigt, antworten Sie ihm immer **möglichst zügig**. Er ist auf Ihren Input angewiesen und kann unter Umständen seine Arbeit ohne die Informationen nicht fortsetzen. Dies versetzt ihn in Zeitmangel, was wiederum der Qualität **nicht gerade zuträglich** wäre. Davon abgesehen ist es jedem lästig, wenn er ständig tagelange Unterbrechungen in seiner Arbeit hat.

#### ***4. Regel: Bleiben Sie immer verlässlich!***

Sie erwarten **Zuverlässigkeit** von Ihrem Texter? Dann bringen Sie ihm dasselbe entgegen. Leider kommt es häufig vor, dass Auftraggeber nachträglich ihre Vorgaben ändern, Termine vorziehen oder nach hinten verschieben oder plötzlich doch andere Themen wünschen. Was für Sie nur eine kurze Mail bedeutet, heißt für den Texter oft **lästige Nacharbeiten**. Achten Sie darauf, dass Ihre Aussagen immer verlässlich sind.

#### ***5. Regel: Mäkeln Sie nicht unnötig!***

Reklamieren Sie bitte nicht wegen **jedem Tippfehler** – sie gehören auch zum Alltag von Textern. Natürlich können Sie jederzeit eine Nacharbeit verlangen, wenn es inhaltliche oder formale Mängel gibt. Aber es kann für einen Texter unwahrscheinlich zermürend sein, wenn er sich jeden Tag mit **Änderungswünschen** herumschlagen muss, nur weil Ihnen gerade ein anderes Wort an einer Stelle besser gefallen hätte.

#### ***6. Regel: Variieren Sie Ihre Aufträge thematisch!***

Wie die meisten Menschen lieben auch Texter die Abwechslung. Wenn es Ihnen möglich ist, lassen Sie den Texter nicht immer wieder dasselbe schreiben. Abgesehen davon, dass man als Texter irgendwann das Gefühl hat, dass man sich ständig wiederholt, stumpft man gewissermaßen auch ab, wenn das **Thema immer dasselbe** ist. Die Folge ist eine **schlechtere Qualität**. Können Sie sich vorstellen, 100 Texte am Stück über Gartenmöbel oder über Girokonten zu schreiben? Textern ist diese Vorstellung ebenso unangenehm wie Ihnen.

#### ***7. Regel: Seien Sie pünktlich!***

Und wieder gilt: Was Sie von anderen erwarten, sollten Sie auch selbst leisten. Wenn Sie **Pünktlichkeit** bei der Lieferung der Texte verlangen, muss der Texter auf der anderen Seite aber auch davon ausgehen können, dass seine Rechnungen pünktlich bezahlt werden. Es sollte nicht passieren, dass der Texter nach zwei Monaten nachfragen muss, ob und wann seine **Rechnung ausgeglichen** wird, wenn das Zahlungsziel sieben Tage betrug.