

Wann ist Content wirklich gut? Die 11-Punkte-Prüfliste

Merken Sie, wie Unternehmen Sie verführen wollen? Das ist Werbung.

Content ist raffinierter: Das Unternehmen verwöhnt Sie mit Wissen und Unterhaltung und bietet Ihnen Mehrwert ohne direkte Verkaufsabsicht.

Ist dieser Mehrwert exklusiv und wie auf Sie persönlich abgestimmt, dann geniessen Sie wirklich guten Content.

Folgen Sie diesen Punkten für hervorragende Content Informationen:

• Sind Thema, Texte und Bilder auf die primäre Zielgruppe abgestimmt	
• Sind verständlichkeitsförderliche Formate eingesetzt wie Video, Bilder, Audio	
• Verfügen die Basisidee und die einzelne Content Informationen über ausreichend Substanz	
• Strukturieren Headline, Lead, Aufzählungen, Bildlegenden den Inhalt	
• Lassen sich Texte einfach und vergnüglich lesen	
• Ist die Sprache der Information in aktiv Verbalstil gehalten	
• Wird ein attraktiver Mehrwert als Verstärker eingesetzt	
• Ist der Content inhaltlich und technisch auf die Suchmaschinen abgestimmt, ohne Abstriche bezüglich der Lesbarkeit zu machen (Keyword-Dichte 2 bis 3 Prozent, Hashtags, Bilder-/Text-Tags, Header-1-Überschriften)	
• Vermitteln Orthografie und Grammatik die Werte Ihres Unternehmens	
• Lässt sich die Contentinformation interaktiv nutzen – liken, kommentieren, teilen	
• Wurde der Beitrag personalisiert, um die virale Verbreitung zu fördern	



Cornelia Aschmann | Zürich

Bachtobelstrasse 53
8045 Zürich
044 461 40 84
cornelia@frischtext.ch

Cham | Nic Baschung



Seehofstrasse 9c
6330 Cham
041 783 15 15
nic@frischtext.ch