



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeissen.

| erfolgswelle® AG
| Europas Textagentur
| presse@erfolgswelle.ch
| www.erfolgswelle.ch

Pressemitteilung

Werbe-Studie zeigt: Großbuchstaben wirken nur wenig stärker als Normalschrift

Textagentur Erfolgswelle empfiehlt: keine Überdosis Großbuchstaben

Bern/Wien/München, 30.10.2014. Welchen Einfluss hat die Schreibweise auf die Aufmerksamkeit und den Werbeerfolg? Die globale, deutschsprachige Textagentur Erfolgswelle wollte es wissen. In einem über siebenjährigen Versuch mit mehr als einer Million Website-Besuchern konnte die Wirkung von Versalien im Gegensatz zu Normalschreibweise nachgewiesen werden.

Texter und PR-Schreiber kennen das Problem: Ihre Kunden beharren auf Firmennamens- und Marken-Schreibweisen wie MEYERHERRWÖRTH COMBI SOLUTION© IV+. Oder sie möchten Slogans oder Claims in Versalien geschrieben haben – womöglich noch in zwei oder mehr Zeilen. Sind diese Hervorhebungen wirkungsvoll oder verwirrend? Entlarven Sie womöglich einen schlechten Werbestil? Die globale Textagentur Erfolgswelle hat sich mit dem Thema in eigener Sache befasst.

Seit 2006 platziert Erfolgswelle ununterbrochen einen Textlink auf www.sloganmaker.de. Im klassischen SEO-Keywordstil ohne Bindestrich geschrieben, lautet der Text „Slogans vom Profi Texter“ und wechselt regelmäßig von der Normalschreibweise um auf Versalien, sprich SLOGANS VOM PROFI TEXTER. „Ich wollte wissen, was häufiger angeklickt wird und damit offenbar wirksamer erscheint“, erklärt Marc Hauser. „Ich war mir sicher, mit den Versalien eine deutlich höhere Klickrate zu erzielen“, so der Erfolgswelle-Gründer.



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeissen.

Versalien wirken nur 5% stärker

Das Ergebnis fiel jedoch weit weniger deutlich aus: Bei rund einer Million Seitenaufrufen im Zeitraum 2006 bis 2013 lag die Klickrate des Textlinks in Versalien bei 3,52 % und damit nur etwa 5 % höher als bei gemischter Schreibweise (3,35 %). „Aufgrund der großen Datenmenge halte ich die Zahlen für aussagekräftig“, betont Marc Hauser und ergänzt: „Die Besonderheit der Seite ist, dass sich das Design in diesen sieben Jahren kaum verändert hat. Somit wurde eine Vergleichbarkeit der Klickraten erst möglich“.

Mit 5 % Unterschied liegt die Auswertung haarscharf an der Grenze zur statistischen Signifikanz. Dennoch kann Marc Hauser ein klares Ergebnis zusammenfassen: „Versalien wirken stärker. Aber nur ein klein Wenig“.

Der Vorteil von Versalien:

- etwas höhere Wirkung durch Schlagzeilen-Effekt

Die mutmaßlichen Nachteile von Versalien:

- schlechtere Lesbarkeit bzw. gestörter Lesefluss durch ungewohnte Schreibweise
- marktschreierische Wirkung und Ähnlichkeit zu „Alarm-Schlagzeilen“, was Sympathiepunkte kosten kann
- Werbung wird als solche erkannt

Marc Hausers Fazit: „Aus diesen Gründen empfiehlt Erfolgswelle, im Zweifelsfall sämtliche Links, aber auch Schreibweisen von Firmen- und Markennamen in gewohnter, korrekter Rechtschreibung zu verfassen. Das Mittel der Versalien setzen wir nur sparsam ein – auch bei PR-Texten“. Eine Ausnahme bilden laut Marc Hauser Markennamen, die auf vertrauten Abkürzungen beruhen wie CeBIT oder KPMG und damit keine klassischen Namen sind. „Ansonsten aber versuchen wir, unsere Kunden zu überzeugen, dass der Duden gilt. Denn das macht unsere Werbung glaubwürdiger.“



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeissen.

Über erfolgswelle® AG

erfolgswelle ist das erste internationale Netzwerk für deutschsprachige Text-Freelancer. Im Netzwerk bündeln freie Texter ihre Kompetenzen und Kapazitäten, um den Kunden ein breiteres Spektrum an Ideen und Leistungen zu bieten. Das Franchise-Unternehmen startete am 1. April 2013 mit zunächst acht Mitgliedern und dem Wachstumsziel, Europas führende Textagentur zu werden. erfolgswelle-Texter präsentieren sich auf dem Markt mit einem einheitlichen Corporate Design. Geografisch bald gleichmäßig über die deutschsprachigen Länder verteilt, bieten sie zudem den direkten Kontakt und die unmittelbare Nähe zum Kunden. erfolgswelle ist eine geschützte Handelsmarke. Neben Werbetext gehören Namensfindung, Geschichtsmarketing sowie Motivationsvorträge zum erfolgswelle-Portfolio. Zu Jahresbeginn 2014 besteht das Team aus 13 Textern, einem Keynote Speaker und Naming-Spezialisten sowie mehreren freien Historikern.

Freigegeben zum Abdruck. Belegexemplare sind erbeten

<http://www.erfolgswelle.de>

<http://www.erfolgswelle.ch>

Pressekontakte

Textagentur erfolgswelle® AG

Marc Hauser

Riedhaus 18

3033 Wohlen b. Bern

Schweiz

Office: +41 31 822 10 25

Mobile: + 41 79 213 71 62

info@erfolgswelle.ch

Für Deutschland:

Jens Kügler

Volkartstraße 45

80636 München

+49 (0)179 502 69 70

jens.kuegler@erfolgswelle.ch



erfolgswelle.ch

Texte zum Anbeißen.

Für Österreich:

Gabriela Mair

Urbangasse 21/1/6

1170 Wien

+43 (0)676 9083571

gabriela.mair@erfolgswelle.ch