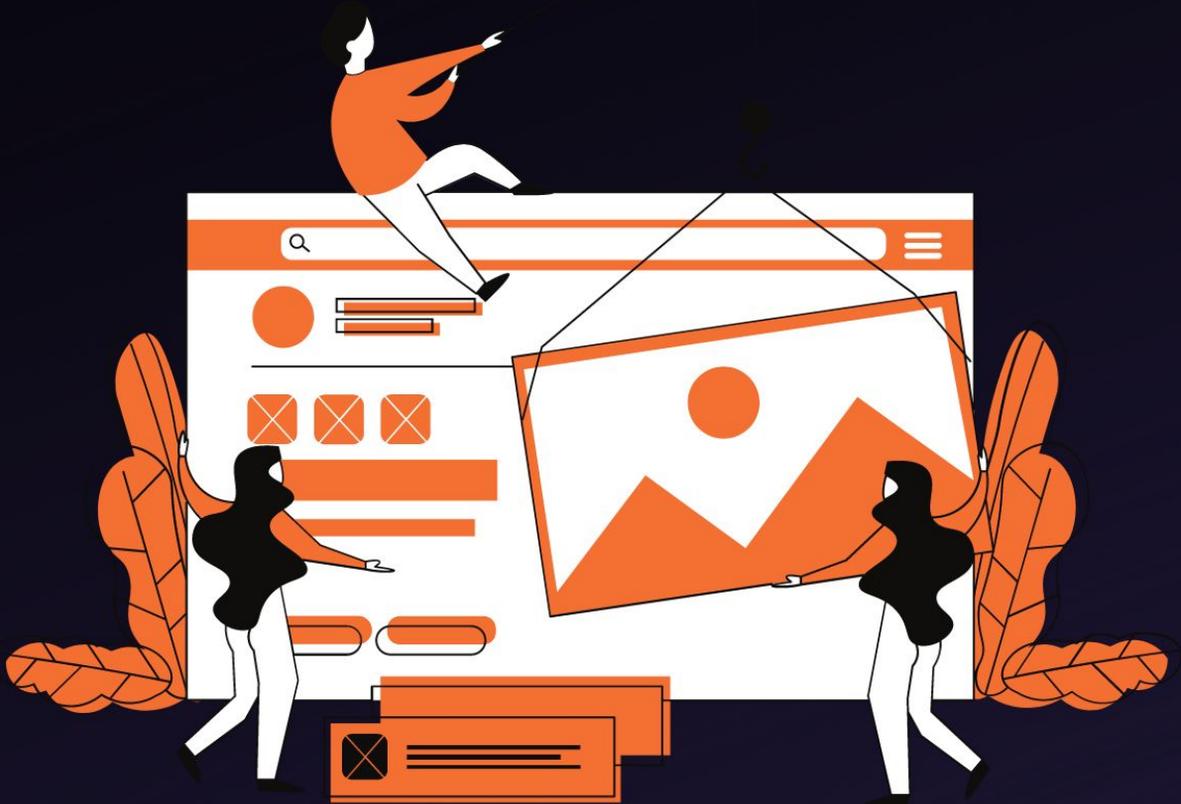

IN 10 SCHRITTEN ZU PRODUKTBESCHREIBUNGEN, DIE VERKAUFEN

LEITFADEN FÜR E-COMMERCE



Der größte Fehler bei der Produktbeschreibung

Online-Shops machen oft den Fehler, bei der Produktbeschreibung nur die Produktmerkmale aufzulisten.

Das führt oft zu geringeren Conversion-Raten, weil die Kunden nicht verstehen, wie das Produkt ihnen hilft.

Wir zeigen dir, wie du perfekte Produktbeschreibungen schreibst, die für dich erfolgreich verkaufen.



Über Uns

Unternehmensprofil

Unsere Mission

Wir steigern die Umsätze & Verkaufszahlen von Online Shops, Events & Dienstleistern mit Hilfe von maßgeschneiderten Werbekampagnen, Conversion-Optimierung & Neuromarketing.



KLAVIYO // PARTNER



HubSpot Academy



In 10 Schritten zur verkaufsstarken Produktbeschreibung

| | |
|---|----|
| 1. Konzentriere dich auf deinen Idealkunden | 05 |
| 2. Verlocke mit Nutzen | 09 |
| 3. Vermeide leere Phrasen | 12 |
| 4. Begründe Superlativen | 14 |
| 5. Sprich die Vorstellungskraft deiner Leser an | 16 |
| 6. Überwinde geistige Barrieren mit kleinen Geschichten | 18 |
| 7. Verführe mit sinnlichen Worten | 21 |
| 8. Überzeuge mit Social Proof | 23 |
| 9. Mach deine Beschreibung schnell lesbar | 25 |
| 10. Setze Ziele und KPIs | 27 |

1. Konzentriere dich auf deinen idealen Kunden

Um zu verstehen, wie man eine verkaufsstarke Produktbeschreibung schreibt, musst du dich in die Lage deiner Zielgruppe versetzen. Wenn du eine Produktbeschreibung mit dem Gedanken an eine große Masse an Käufern schreibst, werden deine Produktbeschreibungen schwammig und du sprichst am Ende niemanden an.

Die besten Produktbeschreibungen sprechen dein Idealkunden direkt und persönlich an. Du stellst und beantwortest Fragen, als würdest du ein Gespräch mit ihnen führen. Du wählst die Worte, die dein idealer Kunde benutzt. Wenn möglich duzt du den Leser.

Ein tolles Beispiel dafür ist die Produktbeschreibung des [Golden Assams von waterdrop®](#). Der erste Satz, den wir als Besucher lesen, wirkt persönlich und “warm”.

SCHRITT 01

JETZT: Neue Sorte ORO mit natürlichem Koffein! -10% mit Code GO4GOLD & gratis Versand ab 20€

waterdrop®



★★★★★ (728 Bewertungen)

GOLDEN ASSAM

€7,90

Morgenstund hat Gold im Mund: Eben noch im Bett eingekuschelt, bereitet dir diese geschmackvolle Kombination aus Schwarztee und Honig einen ganz besonders sanften Start in den Tag. Ohne Ziehzeit & ohne Teebeutel.



Morgenstund hat Gold im Mund: Eben noch im Bett eingekuschelt, bereitet dir diese geschmackvolle Kombination aus Schwarztee und Honig einen ganz besonders sanften Start in den Tag. Ohne Ziehzeit & ohne Teebeutel.

Bevor du deine eigenen Produktbeschreibungen schreibst, solltest du dir zunächst deinen idealen Kunden vorstellen. Führe dir diese Person vor Augen und stelle dir folgende Fragen:

1. **Welche Art von Humor schätzen sie/er (wenn vorhanden)?**
2. **Welche Wörter verwendet er/sie? Welche Wörter hasst er/sie?**
3. **Kann er/sie mit umgangssprachlichen Wörtern etwas anfangen?**
4. **Welche Fragen stellt er/sie, bevor er/sie eine Kaufentscheidung trifft, und welche solltest du in deiner Produktbeschreibung unbedingt beantworten?**

Überlege dir, wie du mit deinem idealen Käufer sprechen würdest, wenn du ihm dein Produkt im Laden Angesicht zu Angesicht verkaufen würdest. Versuche nun, diese Sprache in deinen Text zu übertragen.

TIPP

Falls du eine Schreibblockade haben solltest, empfehle ich dir einfach einen Audiorekorder zu nehmen und das Gesprochene aufzunehmen. Vielen Menschen fällt das Sprechen deutlich leichter, als das Schreiben.

2. Verlocke mit Nutzen

Wenn wir unsere eigenen Produkte verkaufen, begeistern wir uns für die einzelnen Produktmerkmale und Spezifikationen. Wir leben und atmen unser Unternehmen, unsere Website und unsere Produkte.

Das Problem ist, dass unsere potenziellen Kunden diese Begeisterung am Anfang nicht teilen. Sie wollen wissen, was für sie drin ist und wie sie ihre größten Probleme lösen können. Um eine erfolgreiche Produktbeschreibung zu verfassen, musst du die Vorteile jeder Funktion hervorheben.

Ein weiteres tolles Beispiel für eine verlockende Produktbeschreibung kommt von [LOTUSCRAFTS](#):

SCHRITT 02

Neue verbesserte Qualität! Extrem rutschfeste Yogamatte aus Naturkautschuk mit innovativer PU Oberfläche.

Extrem rutschfest bei dynamischen Yogastilen

Die innovative Oberfläche aus glattem PU bietet optimalen Halt und perfekte Dämpfung in der Asana Praxis, auch bei Schweißentwicklung und ist damit ideal geeignet für dynamische Yogastile, Vinyasa Flow und Hot Yoga.

Hautfreundlich und frei von PVC

Gefertigt aus hautfreundlichem Polyurethan und biologisch abbaubarem Naturkautschuk.

Frei von PVC, AZO (Lösungsmittel), schädlichen Weichmachern und Phtalaten.

Gute Dämpfung und extra breite Oberfläche

Mit 4mm Materialstärke hat die Matte perfekte Dämpfung und gute Stabilität, mit einer Breite von 66 cm bietet die Yogamatte außerdem extra Platz zur optimalen Entfaltung deiner Yogapraxis

Pflege und Haltbarkeit

Sonneneinstrahlung vermeiden. Rückstände von Gesichtscremen, Körperlotions oder andere ölhaltige Substanzen auf der Oberfläche erzeugen Flecken und reduzieren die Rutschfestigkeit. Reinigung mit feuchtem Tuch oder einem Apfelessig-Wasser-Gemisch (1:1). Keine Spülmittel, Duschgels etc. verwenden. Die Matte nicht in Wasser tränken. Der natürliche Eigengeruch des Naturkautschuks lässt mit der Zeit nach.



| | |
|-------------------------------------|----------------------|
| Rutschfestigkeit | (4.87 / 5.00) |
| Dämpfung | (4.53 / 5.00) |
| Qualität & Langlebigkeit | (4.47 / 5.00) |

[Bewertungen anschauen](#)

Extrem rutschfest bei dynamischen Yogastilen

Die innovative Oberfläche aus glattem PU bietet optimalen Halt und perfekte Dämpfung in der Asana Praxis, auch bei Schweißentwicklung und ist damit ideal geeignet für dynamische Yogastile, Vinyasa Flow und Hot Yoga.

Hautfreundlich und frei von PVC

*Gefertigt aus hautfreundlichem Polyurethan und biologisch abbaubarem Naturkautschuk.
Frei von PVC, AZO (Lösungsmittel), schädlichen Weichmachern und Phtalaten.*

Gute Dämpfung und extra breite Oberfläche

Mit 4mm Materialstärke hat die Matte perfekte Dämpfung und gute Stabilität, mit einer Breite von 66 cm bietet die Yogamatte außerdem extra Platz zur optimalen Entfaltung deiner Yogapraxis

Lotuscraft nennt nicht nur technische Merkmale, wie ihre innovative Oberfläche aus glattem PU, sondern beschreibt ausführliche die Vorteile, die diese Innovation mit sich bringt.

Überlege dir den Nutzen jeder deiner Produktmerkmale. Wie macht dein Produkt deine Kunden glücklicher, gesünder oder produktiver? Welche Probleme, Pannen und Schwierigkeiten lassen sich mit deinem Produkt lösen?

Verkaufe nicht nur ein Produkt, sondern ein Erlebnis.

3. Vermeide leere Phrasen

Wenn uns die Worte fehlen und wir nicht wissen, was wir unserer Produktbeschreibung noch hinzufügen sollen, fügen wir oft etwas Fades wie "hervorragende Produktqualität" hinzu.

Das ist eine leere Formulierung. Sobald ein potenzieller Käufer "ausgezeichnete Produktqualität" liest, überspringt er diese Aussage. Hast du schon einmal gehört, dass jemand seine Produktqualität als durchschnittlich, nicht so gut oder sogar schlecht bezeichnet hat?

Natürlich geht der Leser davon aus, dass du dein Produkt für hochwertig hältst. Jetzt ist es deine Aufgabe den Leser davon zu überzeugen.

Dafür brauchst du nicht einmal viele Worte zu verwenden. [Brooklyn Soap Company](#) schafft es mit ein paar Stichpunkten eine hochwertiges Parfüm zu beschreiben.

Elegant & holzig.

Mit Noten von Kaschmirholz, Bergamotte, schwarzem Pfeffer und Muskat.



Handgefertigt



In Paris entwickelt



Individualisierbar

Mit Noten von Kaschmirholz, Bergamotte, schwarzem Pfeffer und Muskat.

Handgefertigt

In Paris entwickelt

Individualisierbar

Produktdetails erhöhen die Glaubwürdigkeit. Produktdetails verkaufen dein Produkt. Du kannst nie zu viele technische Details in deine Produktbeschreibungen aufnehmen. Sei spezifisch.

4. Begründe Superlative

Superlative klingen unaufrichtig, wenn du nicht klar belegst warum dein Produkt das Beste, das Einfachste oder das Fortschrittlichste ist.

Pfeffersackundsoehne lässt dem Leser keine Fragen offen, weshalb ihr Hibiskusblütensalz das Beste Flor de Sal ist.

Hibiskusblütensalz

Die Hibiskusblüte, oder auch Malve genannt, wird vor allem für ihr frisches, würzig-säuerliches Aroma geschätzt. Im arabischen Raum kennt man sie meist aus Tees und -mischungen. Wir haben aus diesen Eigenschaften unser Hibiskusblütensalz kreiert.

Bestes Flor de Sal, das wir direkt von der portugiesischen Algarveküste beziehen, geht eine herrliche Verbindung mit fruchtig-frischen und mild-säuerlichen Aromen ein. So könnte man den Geschmack unseres Hibiskusblütensalz am ehesten beschreiben. Somit lassen sich mit ihm nicht nur Gerichte mit hellem oder gegrilltem Fleisch, Blattgemüse, wie Salate, und sogar Bratkartoffeln verfeinern, sondern auch leckere Süßspeisen mit Vanille und Zitrusfrüchten abrunden. Vor allem herzhaftere Gerichte vom Grill profitieren vom herrlichen Aroma unseres Hibiskusblütensalz, weshalb die Blüten auch in unseren Mischungen BBQ Salz und Pork BBQ Rub enthalten sind.

Unser Hibiskusblütensalz wird in unserer Manufaktur vollständig von Hand hergestellt und landet direkt in der Keramikdose. Die wertvollen Aromen und ätherischen Öle der Blüte bleiben so bestmöglich erhalten. Bei Bedarf kann man es noch weiter zerkleinern oder direkt anwenden. Am einfachsten fällt das Portionieren und Nachwürzen aus unseren Tischschälchen.

Hier wird darauf eingegangen, wie das Hibiskusblütensalz geerntet und in der Manufaktur hergestellt wird. Dadurch wirkt das Produkt hochwertig und der Kunde ist bereit für diese Wertigkeit einen höheren Preis zu bezahlen.

Wenn dein Produkt wirklich das Beste in seiner Kategorie ist, dann beweise genau, warum das so ist. Andernfalls solltest du deinen Produkttext abschwächen oder einen Kunden zitieren der sagt, dass dein Produkt das Beste ist, dass er je benutzt hat.

5. Spreche die Vorstellungskraft deiner Leser an

Wissenschaftliche Untersuchungen haben bewiesen, dass Menschen, die ein Produkt in den Händen halten, den Wunsch haben, es zu besitzen.

Da du online verkaufst, können deine Internetbesucher deine Produkte nicht in die Hand nehmen. Große, kristallklare Bilder oder Videos können helfen, aber es gibt auch einen psychologischen Trick, der das Verlangen steigert: Lass deinen Leser sich vorstellen, wie es wäre, dein Produkt zu besitzen.

So malt [3bears](#) mit seiner Produktbeschreibung ein Bild mit der Vorstellungskraft der Leser, in dem es die Anwendung & die Probleme, die das Produkt löst bildlich beschreibt.

Shop
Rezepte
Über PorridgeBlog
Über Uns

Platzsparend. Praktisch. Pocket Porridge.

Porridge-Genuss war noch nie so einfach: Pocket Porridge ist ready to-go, wenn es mal besonders schnell gehen muss. Einfach die Verpackung öffnen, reinbeißen und schon hast du genug Power für den Alltag. Für den unglaublich fruchtigen Geschmack in diesem Paket verwenden wir wie bei all unseren Sorten nur beste Zutaten ohne Zusätze.

Platzsparend. Praktisch. Pocket Porridge.

Porridge-Genuss war noch nie so einfach: Pocket Porridge ist ready to-go, wenn es mal besonders schnell gehen muss. Einfach die Verpackung öffnen, reinbeißen und schon hast du genug Power für den Alltag. Für den unglaublich fruchtigen Geschmack in diesem Paket verwenden wir wie bei all unseren Sorten nur beste Zutaten ohne Zusätze.

6. Überwinde geistige Barrieren mit kleinen Geschichten

Wenn du Mini-Geschichten in deine Produktbeschreibungen aufnimmst, senkt das die geistigen Barrieren gegen Überzeugungstechniken. Mit anderen Worten: Wir vergessen, dass uns etwas verkauft wird.

Weinverkäufer wie der Online Shop von Tastilerry implementieren in jede Produktbeschreibung eine kurze Story über das Produkt selbst ein.

5 € Gutscheine

Tastillery

Muttertag NEU Deals Specials
 Probiersets Spirituosen Weine Alkoholfrei
 Home Bar Whisky Club Gutscheine Blog
 Unsere Top 10

🔍 ❤️ 👤 🛒



Ein Gin wie die Königin Mutter – stilvoll, elegant & ein bisschen süß.

STORY: Eine tiefschwarze, elegante Flasche mit pinker Krone und rosa Ornamenten – schon optisch ist MOM Gin der Inbegriff von Stil mit einer Prise Extravaganz. Genau deshalb passt dieser Gin so gut zur Queen Mum, der er gewidmet ist. Die Mutter von Queen Elisabeth galt als das beliebteste Mitglied der Königsfamilie und stand noch mit über 100 topfit in der Öffentlichkeit, immer knallbunt und lebensfroh gekleidet. Niemand vorher aus der königlichen Blutlinie erreichte so ein stattliches Alter, dabei galt als echte Genießerin: Einen Gin Tonic pro Tag gönnte sie sich, mindestens. Behauptet zumindest die Legende. Ihr zu Ehren setzt MOM Gin auf einen außergewöhnlichen Botanical-Mix aus exotischen roten Beeren, Cranberry und Klassiker wie Wacholder, Koriander, Angelikawurzel und Lakritz. Das Ergebnis ist ein besonders milder Gin, der dank seiner intensiven Frucht-Noten sogar Gin-Verächter zum einen oder anderen Gin & Tonic überreden kann.

Eine tiefschwarze, elegante Flasche mit pinker Krone und rosa Ornamenten – schon optisch ist MOM Gin der Inbegriff von Stil mit einer Prise Extravaganz. Genau deshalb passt dieser Gin so gut zur Queen Mum, der er gewidmet ist. Die Mutter von Queen Elisabeth galt als das beliebteste Mitglied der Königsfamilie und stand noch mit über 100 topfit in der Öffentlichkeit, immer knallbunt und lebensfroh gekleidet. Niemand vorher aus der königlichen Blutlinie erreichte so ein stattliches Alter, dabei galt als echte Genießerin: Einen Gin Tonic pro Tag gönnte sie sich, mindestens. Behauptet zumindest die Legende. Ihr zu Ehren setzt MOM Gin auf einen außergewöhnlichen Botanical-Mix aus exotischen roten Beeren, Cranberry und Klassiker wie Wacholder, Koriander, Angelikawurzel und Lakritz. Das Ergebnis ist ein besonders milder Gin, der dank seiner intensiven Frucht-Noten sogar Gin-Verächter zum einen oder anderen Gin & Tonic überreden kann.

Wenn es darum geht, eine Geschichte über deine Produkte zu erzählen, solltest du dich fragen:

- **Wer stellt das Produkt her?**
- **Was hat dich dazu inspiriert, das Produkt herzustellen?**
- **Welche Hindernisse musstest du überwinden, um das Produkt zu entwickeln?**
- **Wie wurde das Produkt getestet?**

Wenn du nicht der Hersteller deiner Produkte bist, dann kannst du die selben Informationen über deine Hersteller herausfinden und darüber schreiben.

7. Verführen mit sinnlichen Worten

Verkauf ist eine Form der Verführung. Verführen tun wir, in dem wir mit sinnlichen Worten den Leser durch eine imaginäre Reise führen, die alle Sinne anspricht.

Der Online Shop von waterdrop weißt, wie man in einer Produktbeschreibung verführt. Sinnliche Wörter steigern den Umsatz, weil sie die emotionalen Areale unseres Gehirns aktivieren.

Hier ist ein Beispiel von [waterdrops®](#):



Eine warme Umarmung

Perfekt zu jeder Tageszeit, wärmt dich die sanfte Kombination aus schwarzem Tee & Honig mit ihrem seidig-weichen Geschmack auf. Ganz ohne Teebeutel & Ziehzeit begleitet dich GOLDEN ASSAM bei jedem Sonnenaufgang, Sonnenuntergang und allem, was dazwischen liegt.

Adjektive sind heikle Wörter. Oft fügen sie deinen Sätzen keine Bedeutung hinzu und du solltest sie lieber streichen. Aber sensorische Adjektive sind Powerwörter, denn sie lassen deine Leser den Text beim Lesen erleben.

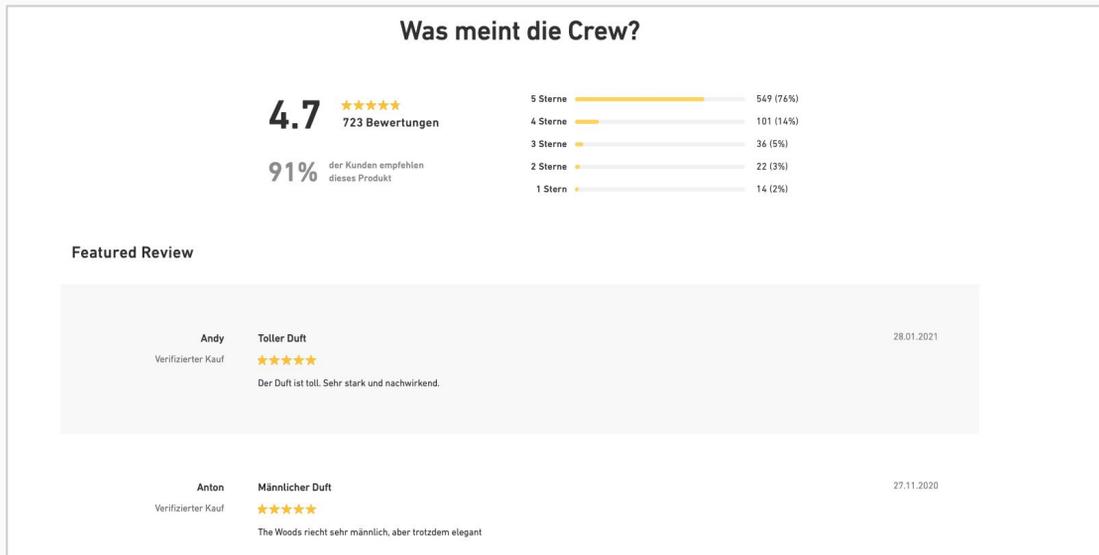
Verblüffe deine Leser mit anschaulichen Produktbeschreibungen. Denke an Wörter wie "samtig", "weich", "knackig" und "hell", wenn du Lebensmittel verkaufst.

8. Überzeuge mit Social Proof

Wenn deine Website-Besucher/innen nicht wissen, welches Produkt sie kaufen sollen, suchen sie nach Vorschlägen für den Kauf. Oft entscheiden sie sich für ein Produkt mit den meisten positiven Bewertungen und Erfahrungsberichten.

[Brooklyn Soap Company](#), ein Hersteller von Pflegeprodukten für Männer, bietet auf jeder Produktseite Kundenrezensionen an. Außerdem gibt es ein Bewertungssystem, mit dem sich die Kunden schnell und einfach über ein Produkt informieren können.

SCHRITT 08



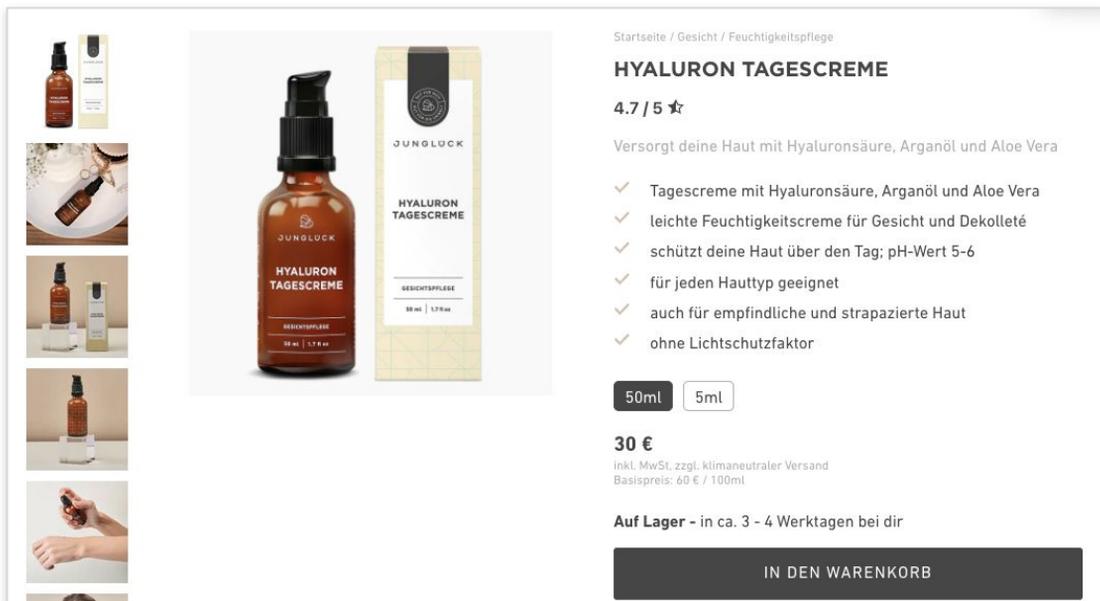
Falls möglich - versuche, ein Bild des Kunden einzubinden, um ein Angebot glaubwürdiger zu machen. Das macht dein Online-Geschäft auch zugänglicher und sympathischer. Du kannst sogar einen Social Media Feed mit nutzergenerierten Inhalten einbinden, der zeigt, wie echte Menschen deine Produkte benutzen.

Die meisten Käufer wollen etwas kaufen, das beliebt ist. Wenn es um deine E-Commerce-Website geht, solltest du die Produkte hervorheben, die bei den Kunden beliebt sind.

9. Mach deine Beschreibung schnell lesbar

Ermutigt dein Webdesign die Besucher deiner Website, deine Produktbeschreibungen zu lesen?

Hier ist ein tolles Beispiel für eine schnell überschaubare Produktbeschreibung von [Junglück](#). Die Marke verwendet Aufzählungslisten, um die Vorteile schnell und überschaubar darzustellen.



Startseite / Gesicht / Feuchtigkeitspflege

HYALURON TAGESCREME

4.7 / 5 ★

Versorgt deine Haut mit Hyaluronsäure, Arganöl und Aloe Vera

- ✓ Tagescreme mit Hyaluronsäure, Arganöl und Aloe Vera
- ✓ leichte Feuchtigkeitscreme für Gesicht und Dekolleté
- ✓ schützt deine Haut über den Tag; pH-Wert 5-6
- ✓ für jeden Hauttyp geeignet
- ✓ auch für empfindliche und strapazierte Haut
- ✓ ohne Lichtschutzfaktor

50ml 5ml

30 €
inkl. MwSt. zzgl. klimaneutraler Versand
Basispreis: 60 € / 100ml

Auf Lager - in ca. 3 - 4 Werktagen bei dir

IN DEN WARENKORB

Wenn du deine Produktbeschreibungen mit einem klaren, übersichtlichen Design versiehst, sind sie leichter zu lesen und für potenzielle Kunden attraktiver.

Hier sind einige Punkte, auf die du bei der Gestaltung deiner Produktbeschreibungen achten solltest:

- **Locke den Besucher mit Überschriften**
- **Verwende leicht zu überblickende Aufzählungspunkte**
- **Lass ausreichend Abstand zwischen den Elementen übrig**
- **Vergrößere die Schriftgröße, um die Lesbarkeit zu verbessern**
- **Verwende hochwertige Produktbilder**

10. Setze Ziele und KPIs

Das Ziel einer Produktbeschreibung ist es, einen Besucher zum Kauf zu bewegen. Aber woher weißt du, ob deine Produktbeschreibung performt oder nicht?

Du solltest eine Reihe von Kennzahlen festlegen, die du auf deinen Produktseiten verfolgen kannst. Die Festlegung dieser Kennzahlen hilft dir dabei, herauszufinden, welche Produktbeschreibungen am besten funktionieren, und die unzureichenden Beschreibungen zu verbessern.

Zu den zu überwachenden KPIs gehören:

- **Conversion Rate**
- **Warenkorbabbrüche**
- **Wiederkehrende Besucher**
- **Kontaktanfrage**
- **SEO Ranking**

Produktbeschreibungs-Vorlage

Leider gibt es nicht die eine Vorlage, die Produktbeschreibungen für dich schreiben kann. Jedes Produkt und jede Zielgruppe ist anders und hat andere psychografische Kaufsignale. Und das ist auch gut so, denn du willst ja, dass deine Produktbeschreibungen einzigartig für deine Marke sind.

Wenn du beim Schreiben einer Produktbeschreibung nicht weiterkommst, findest du hier ein paar Richtlinien, die dir den Einstieg erleichtern.

Frage #1

Wer ist der ideale Kunde?

Zu wissen, für wen dein Produkt bestimmt ist, ist die Grundlage einer guten Produktbeschreibung.

Frage #2

Was sind die grundlegenden Eigenschaften deines Produkts?

Schreibe alle Maße, Materialien, Funktionen, Pflegehinweise und Details zur Passform (bei Kleidung) auf

Frage #3

Wann wird das Produkt am besten verwendet?

Ist deine kuschelige Decke perfekt für kalte Winternächte mit einer Tasse heißem Kakao am Kamin zu genießen? Oder ist sie eher für einen kühlen Herbstabend geeignet, wenn die Sonne untergeht? Stelle die idealen Szenarien vor, in denen ein Kunde dein Produkt verwenden sollte.

Frage #4

Was ist das Besondere an deinem Produkt?

Überlege dir die einzigartigen Vorteile deines Produkts und warum es besser ist als das deiner Konkurrenten.

UNVERBINDLICHES ANGEBOT

Möchtest Du mit Deinem Online Shop neue Umsatzrekorde brechen?

Vereinbare jetzt Dein persönliches Ecommerce-Strategiegespräch!



Individuelles Strategiegespräch mit dem Geschäftsführer von Trelios



Erfahre in 90 Minuten, wie wir gemeinsam einen höheren Umsatzwachstum für dein Ecommerce Store erzielen können.



Kostenfrei, transparent und unverbindlich

Kostenloses Strategiegespräch vereinbaren