

MIT DER RICHTIGEN TYPOGRAPHIE LESER ZU KÄUFERN MACHEN

Veröffentlicht am 7. Februar 2014 von Rüdiger

Was man schreibt ist wichtiger als wie man es schreibt. Keine Frage. Für Leser zählt aber auch im Internet der erste Eindruck. Eine besondere Bedeutung hat dabei die Typographie. Wenn ein Besucher auf eine Webpräsenz kommt, kann ihn das Schriftbild zu einem Kauf animieren oder abschrecken. Wir geben Ihnen hier ein paar Tipps, wie Sie Ihre Leser mit typographischen Mitteln fesseln können:

Die Größe zählt

- Wer einen Text online liest, sollte keine Lupe benötigen. Eine Untersuchung der Universität von Wichita (USA) erforschte die Wirkung von Schriftarten und -größen. Es stellte sich beispielsweise heraus, dass bei der Standardschriftgröße 12 die Schrift Arial zu den beliebtesten gehörte. Wer für seinen in Arial geschriebenen Text die Größe 14 wählt, erreicht die höchste Lesbarkeit. So gibt es zur jeder Schrift die ideale Größe.
- **Schrift ist nicht gleich Schrift**
Die zahllosen Schriftarten unterscheiden sich nicht nur von ihrer Beliebtheit. Bei der US- Studie zeigte sich, dass sich die Standardschriften Times New Roman und Arial am schnellsten lesen lassen. Das Buchstabenbild von Comic Sans war hingegen am schlechtesten lesbar.
- **Abstand halten**
Stellen Sie sich einen Text vor, bei dem die Buchstaben und Wörter praktisch aneinander kleben. Haben Sie Lust einen solchen Wortbrei zu lesen? Vermutlich nicht. Sie surfen lieber zu einer Webpräsenz mit klar unterscheidbaren Wörtern. Wer sich doch durch den Wortsalat kämpft, wird die Seite sicher nicht in guter Erinnerung behalten. Also achten Sie auf einen ausreichenden Abstand.
- **Akzente setzen**
Sie wollen Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt hervorheben? Dann sollte sich zum Beispiel der Produktname von der Schriftart, -größe oder -farbe her vom übrigen Text unterscheiden. Wenn Sie die Vorteile Ihres Angebots betonen wollen, bieten sich Aufzählungspunkte an. So wie Sie sie auch in diesem Artikel finden.
- **Der Köder muss dem Fisch schmecken**
Die Texte auf Ihrer Webpräsenz müssen nicht in Ihrer Lieblingsschrift verfasst sein. Weitaus wichtiger ist, dass Sie die Erwartungen Ihrer Kundschaft erfüllen. Sollte Ihre Zielgruppe eine förmliche Ansprache bevorzugen, können Sie diesem Wunsch mit einer Schrift wie Baskerville entsprechen. Der Psychologe David Dunning hält diese Schriftart für besonders förmlich. Ob sie auch etwas für Ihre Kunden ist, wissen Sie am besten.

- **Schönheit ist nicht alles**

Manche Schriften schmeicheln dem Auge. Was schön ist, führt aber nicht zwangsläufig zu mehr Verkäufen. Denn ein Schriftbild darf auch nicht vom Inhalt ablenken. Was nützt es, wenn sich ein Leser an große, farbige Buchstaben, aber nicht Ihr Produkt erinnert?

- **Einfach gut**

Bei aller typographischer Vielfalt sollte ein Webtext leicht zu lesen sein. Oft reicht schon eine einfache Schrifttype mit großen Buchstaben. Es wäre allerdings ein Fehler, alles in Großbuchstaben zu schreiben.

- **Am besten testen**

Wie finde ich heraus, was meine Kunden mögen? Am besten geht das mit einem A/B-Test. Sie müssen dafür nur einen Text mit neuer Typographie versehen und dann die Besuchs- oder Verkaufszahlen vergleichen.

Mit der passenden Schrift können Sie beim Leser Sympathiepunkte sammeln. Eine gute Lesbarkeit Ihrer Texte kann für eine positive Stimmung und damit auch eine größere Kaufbereitschaft sorgen. Unsere Media Company kennt die Wirkung von Schriften. Wir erstellen Texte für unsere Partnerunternehmen, die ein Lesegenuss sind und zum Kauf anregen. [Sprechen Sie uns an](#), wenn auch Sie auf die Macht der Schrift setzen wollen.