

Stiftung Text Akademie und HWZ

UX Writing: Texten für bessere Nutzererlebnisse

Die Digitalisierung macht vor professionellen Marketing-schreibern, Texterinnen und Textern nicht halt. Denn immer häufiger müssen Texte auf die User Experience (UX) – also auf das Erlebnis der Nutzer – zugeschnitten sein. Die Text Akademie und die HWZ nehmen deshalb «UX Writing» in ihr Lehrangebot auf.

TEXT

Ralph Kohler

Die Digitalisierung verändert das Berufs- und Anforderungsprofil von professionellen Textern, Marketingschreibern und Copywritern grundlegend. Herkömmliche Zielgruppendefinitionen und Genres wie Inserat oder Direct Mail verlieren an Bedeutung. Stattdessen sind digitale, mittels Big-Data-Erkenntnissen auf den einzelnen User ausgerichtete Textformate immer gefragter. Auch das Arbeitstempo für Texterinnen und Texter hat sich deutlich erhöht, seit die Drucktermine durch das ununterbrochen pulsierende Internet verdrängt worden sind. Darüber hinaus haben sich die Medienkanäle, die es mit Copytexten, Videospots oder Hörtexten zu bespielen gilt, mehr als verzehnfacht, wie Facebook, Instagram, Google und Amazon beweisen.



Simon Kümin, UX Writer bei Ginetta: «Der «gläserne Kunde» ist Wirklichkeit geworden.»

Texter werden zu Verführern

Damit Texte auf die User Experience zugeschnitten sind, braucht es heute sogenannte UX Writer. Simon Kümin, selbst UX Writer bei der Web/Mobile-Agentur Ginetta in Zürich, erklärt den Unterschied zum bisherigen Copywriter folgendermassen: «Die grössten Unterschiede basieren auf den Möglichkeiten des digitalen Zeitalters. Zukünftige Texter müssen für einen Kunden ein Produkt so beschreiben, dass es beim Kunden exakt die Gefühle auslöst, die er sich erhofft.» Der 36-Jährige führt aus: «Möglich macht dies das Internet. Denn durch das Internet beziehungsweise die internetbasierte Konsumentenforschung wissen wir heute viel mehr über die Kunden als früher. Fazit: Der «gläserne Kunde» ist Wirklichkeit geworden.» Dementsprechend bräuche es massgeschneiderte Texte, die genau zum jeweiligen Produkt und Kunden passen.

UX Writing für digitale Konzepte

Wie lange bleibt ein Kunde auf einer Website? Wie viele Sätze einer Copy werden tatsächlich gelesen? Wann wird ein Youtube-Video weggeklickt? Das Erlebnis, das Nutzer haben, entscheidet darüber, wie viel Aufmerksamkeit sie einem Produkt oder einer Dienstleistung schenken. Ausserdem beeinflusst die User Experience stark die Markenwahrnehmung. Und sie motiviert den User, ein Produkt weiterzuempfehlen.

Damit sich das Nutzererlebnis auf einem digitalen Kanal bestmöglich entfaltet, wird der UX Writer bereits bei der Planung eines neuen Produkts oder einer neuen Dienstleistung beigezogen. Simon Kümin erklärt: «Der UX Writer ist also nicht bloss eine Texterin oder ein Texter, der ein neues Angebot anpreist, sondern der UX Writer bestimmt dessen Design und Anmutung von Anfang an mit. UX Writing kann nur funktionieren, wenn auch das Produkt möglichst genau für den Kunden kreiert worden ist.»

UX Writing steht nicht für sich alleine. Dazu gehören unter anderem:

- Die Vorkenntnisse und die Erfahrungen des Nutzers
- Das Online-Verhalten des Nutzers

- Der Kontext, in dem das Produkt genutzt wird
- Das User Interface: Wie präsentieren sich Gestaltung, Merkmale und Funktionalitäten der (digitalen) Produkte?

CAS Marketing Writer neu mit UX Writing

Die Text Akademie und die Hochschule für Wirtschaft in Zürich HWZ haben daher beschlossen, UX Writing in das Angebot aufzunehmen. Die beiden Institutionen arbeiten seit 2013 als Partner zusammen und haben die «Fachstelle für Schreiben & Publizieren» gegründet. Gemeinsam bieten sie sechs CAS-Lehrgänge, zwei DAS-Abschlüsse und einen MAS-Titel in Corporate Writing und Publishing an. Der neue Lehrgang neue «CAS Marketing Writer – UX Writing» startet erstmals am 20. Juni 2018.



Der Autor: Ralph Kohler ...

... ist an der Text Akademie verantwortlich für die Beratung und für das Marketing. Weiter leitet er Projekte für die Forschungsstelle der Text Akademie und unterstützt deren Geschäftsleitung. Der 35-Jährige hat ein abgeschlossenes Wirtschaftsstudium der HTW Chur sowie einen MAS in Corporate Writing & Publishing.

Der neue CAS in Marketing und UX Writing ...

... hat einen Umfang von 14 Unterrichtstagen mit 12 ECTS. Der Lehrgang kostet 5950 Franken. Simon Kümin ist einer der Hauptdozenten. Mehr Informationen finden Sie unter textakademie.ch/ux-writing und ein Videointerview mit Simon Kümin über UX Writing unter [Vimeo.com/textakademie/uxwriting](https://vimeo.com/textakademie/uxwriting).

