

## Das machen die meisten B2B-Websites falsch

### Key Takeaways

- „Mehr Umsatz, mehr Leads“ ist kein Angebot, sondern ein abstraktes Ziel
  - Besucher wollen schnell verstehen, was konkret angeboten wird
  - Klare Nutzenkommunikation reduziert Reibung im Vertrieb
  - Verständliche Sprache ist wirkungsvoller als Marketing-Phrasen
  - Klarheit verbessert die Performance aller Online-Marketing-Maßnahmen
- 

### Warum klingen so viele B2B-Websites nach austauschbarem Bla Bla?

Wir sehen immer wieder Websites, die sich sprachlich kaum voneinander unterscheiden lassen. Große Versprechen stehen im Vordergrund, aber es bleibt unklar, was konkret angeboten wird.

Für Besucher ist das anstrengend, weil sie selbst herausfinden müssen, ob sie hier richtig sind. Genau an diesem Punkt springen viele ab.

---

### Warum überzeugt „mehr Umsatz“ niemanden?

„Mehr Umsatz“ klingt gut, ist aber kein echtes Angebot. Niemand wacht morgens auf und denkt sich, er möchte heute einfach nur mehr Umsatz haben, ohne zu wissen, wie das passieren soll.

Wir haben beobachtet, dass solche Aussagen eher Verwirrung stiften als Orientierung geben. Ähnlich wie beim Sport reicht es nicht zu sagen, man will fitter werden, man will wissen, welches Training einen dorthin bringt.

---

### Was wollen Website-Besucher wirklich von dir wissen?

Besucher wollen schnell verstehen, ob sie hier eine Lösung für ihr konkretes Problem finden. Sie suchen nach Klarheit und nach dem Gefühl, verstanden zu werden.

# EUPHORIA<sup>®</sup>

Wir merken in Projekten immer wieder, dass einfache, präzise Aussagen mehr Wirkung haben als lange Erklärungen.

Wie im Alltag auch gilt: Wenn jemand sofort auf den Punkt kommt, hören wir eher zu.

---

## Warum macht Klarheit dein Angebot automatisch stärker?

Klarheit wirkt wie ein Filter. Sie sorgt dafür, dass sich die richtigen Menschen angesprochen fühlen und andere gar nicht erst anfragen.

Aus Online-Marketing-Sicht ist das enorm wertvoll, weil weniger Streuverlust entsteht und Gespräche schneller auf Augenhöhe stattfinden.

---

## Wie formulierst du deinen Nutzen endlich konkret?

Wir empfehlen, den Fokus vom Wunschdenken auf die tatsächliche Lösung zu lenken.

Statt abstrakter Ziele sollte klar benannt werden, wobei genau unterstützt wird und was sich dadurch im Alltag der Kunden verändert.

Gute Nutzenformulierungen sind greifbar und leicht vorstellbar. Die Besucher müssen verstehen, was sie bekommen und wofür es gedacht ist.

---

## Fazit

Viele B2B-Websites scheitern nicht an Design oder Technik, sondern an ihrer Sprache.

Wer nur große Ziele wie mehr Umsatz oder Wachstum kommuniziert, lässt Besucher im Unklaren.

Unsere Erfahrung zeigt, dass klare Aussagen zum Angebot und zum konkreten Nutzen deutlich besser funktionieren.

Sie schaffen Vertrauen, erleichtern Entscheidungen und verbessern langfristig die Wirkung aller Marketingmaßnahmen.

Wer online überzeugen will, muss nicht lauter, sondern verständlicher werden.

## FAQs

### Warum sind klare Aussagen im B2B so selten?

Weil viele Unternehmen Angst haben, sich festzulegen und potenzielle Kunden auszuschließen. Dadurch wird die Kommunikation jedoch allgemeiner und am Ende fühlt sich niemand angesprochen.

### Ist Klarheit nicht gleichbedeutend mit Vereinfachung?

Doch, aber im positiven Sinne. Vereinfachung bedeutet nicht, Inhalte zu verflachen, sondern sie verständlich zu machen. Leute kaufen nur, was sie verstehen.

Wer verwirrt, verliert Kunden.

### Wie schnell sollte klar sein, was ein Unternehmen anbietet?

Idealerweise innerhalb weniger Sekunden, noch bevor jemand scrollt oder klickt ("above the fold"-Bereich).

### Kann man trotzdem emotional kommunizieren?

Ja, Klarheit und Emotion schließen sich nicht aus. Emotion entsteht oft erst dann, wenn man versteht, worum es geht.