



www.wessels-txt.de
Dr. phil. Sebastian Wessels
Damit Ihre Botschaft ankommt.

Überzeugen Sie Ihre Zielgruppe mit professionellen Texten auf höchstem Niveau.

Ich schreibe für Sie!

- Blogartikel: Unterhaltung, Ratgeber, Wissen, Listicle, Tutorial
- Werbe- und Verkaufstexte
- SEO-Texte – auf Wunsch nach WDF/IDF
- Landingpages
- Sach- und Fachtexte

Zu meinen Referenzen und Erfahrungen gehören:

→ Texterstellung & -optimierung für Unternehmen diverser Branchen



Newsroom



→ mehrjährige Berufspraxis in Redaktion & Onlinemarketing



→ Mitautorschaft diverser Bücher bei angesehenen Verlagen



→ journalistische Beiträge für Print, Internet und Radio

→ Übersetzungen wissenschaftlicher Essays aus dem Englischen ins Deutsche für Fachzeitschriften und -bücher

→ wissenschaftliche Abschlüsse: Dr. phil. und Dipl. Sozialwiss. an der Universität Hannover, M.Sc. an der University of Wales in Cardiff

Textproben

→ Verkaufstext für den Schweizer Möbelhersteller Auf&Zu, Mai 2016

Individuelle und hochwertige Betten nach Mass

Gesund schlafen im elegant gestalteten Schlafzimmer mit Designerbett von AUF&ZU

Wir alle wissen, wie wichtig ein gesunder und erholsamer Schlaf ist. Mit einem Bett, in dem Sie sich wirklich wohl fühlen, schaffen Sie die Voraussetzungen dafür. Da Betten eine große Fläche einnehmen, spielt neben dem Liegekomfort auch die Ästhetik eine wichtige Rolle. Als langjährige Spezialisten für individuelle Massmöbel fertigen wir ein Designerbett für Ihren

Bedarf, das mit einer hochwertigen Matratze ausgestattet ist und sich Ihrer Innenraumgestaltung harmonisch einfügt. Sprechen Sie uns an! Wir sind gespannt auf Ihre Ideen.

Elegant wohnen und gesund schlafen mit Designerbett

Ob aus Holz, Dekor oder Leder, ob Einzel- oder Doppelbett – AUF&ZU schöpft aus einer vielfältigen Auswahl an Designs, Materialien, Formen und Funktionen, um das Bett Ihrer Träume Wirklichkeit werden zu lassen und nahtlos in die Gestaltung Ihres Schlafzimmers zu integrieren. Zusätzlichen Stauraum schaffen auf Wunsch individuell gefertigte Bettkästen. Eine Ablagefläche bieten Ihnen Nachttische, die ebenfalls in Material und Design perfekt auf das Bett abgestimmt sind. Gerne entwerfen wir Ihnen auch eine umfassende Kombination aus Bett und Kleiderschrank und schaffen so ein Designer-Schlafzimmer aus einem Guss.

Weiter ...

→ Content Marketing für E-Zigaretten von Dampf.ch, September 2016

Dampfen, träufeln, wickeln: eine Genusswissenschaft für sich

Es passiert nicht oft, dass ein Ersatzprodukt das herkömmliche in den Schatten stellt und eine eingeschworene Gemeinde von Fans und Experten hervorbringt. Beim Kaffee zum Beispiel liegt die hohe Barista-Kunst in den Feinheiten des Röstens, Mahlens und Aufbrühens von Kaffee – nicht in der Zusammenstellung und Zubereitung von löslichem Instant-Kaffeepulver. Ist ja auch logisch. Instant-Kaffee ist nur ein Ersatz.

Bei den immer beliebteren E-Zigaretten hat sich das Blatt allerdings gewendet. Eine herkömmliche Zigarette, egal ob fertig gekauft, selbstgedreht oder gestopft, ist im Vergleich zu den hochentwickelten Techniken des „Dampfens“ ein steinzeitliches Produkt. E-Zigaretten sind längst High-Tech, und ihre Nutzer können über ihre Liquids, Verdampfer, Selbstwickler, Tanks und Akkus fachsimpeln, wie man es sonst nur von Computer- oder Fahrrad-Schrauben kennt, aber sicher nicht von Zigarettenrauchern. Bei der guten alten Tabakpfeife mag das anders aussehen, aber die ist ja nun ein bisschen aus der Mode.

Weiter ...

→ Blogartikel auf Wessels.txt, August 2016

Verkaufstexte schreiben: Das Bedürfnis ist immer schon da

„Verkaufstexte sind vorausgedachte Verkaufsgespräche mit starker Führung“, erklärt das Buch „Texten!“ von Stefan Gottschling. Da die potentiellen Käufer an diesen verschriftlichten Verkaufsgesprächen nur passiv beteiligt sind, müssen Verkäufer umso mehr vorausdenken

und führen. Der Kunde ist jedoch auch in Abwesenheit König, denn um erfolgreich zu sein, muss sich ein Verkaufsgespräch konsequent an seinem Interesse orientieren.

Aber was genau ist sein Interesse und wie stellen Sie es beim Schreiben in den Mittelpunkt?

Gelegentlich wird die AIDA-Formel als Richtschnur für Verkaufstexte empfohlen. Dabei soll der Leser über die Stufen *Attention*, *Interest* und *Desire* zur *Action* geführt werden, also zum Kauf.

Ich halte das nur bedingt für hilfreich. In der Nennung von „Desire“ erst an dritter Stelle kommt ein fundamentales Missverständnis zum Ausdruck. Bevor ich anhand der Einteilung in Einstieg, Argumentation und Abschluss erkläre, wie ein guter Verkaufstext funktioniert, muss ich dieses Missverständnis ausräumen, denn wer ihm aufsitzt, versucht das Unmögliche.

Warum Werbung keine Bedürfnisse erzeugen kann

In einem Punkt bilden Kapitalismuskritiker, die Werbung grundsätzlich ablehnen, eine seltene Allianz mit überenthusiastischen Werbefachleuten. Beide pflegen nämlich den Mythos, dass Werbung Bedürfnisse erzeugen könne.

Das kann aber höchstens der liebe Gott.

Die Zahl der potentiellen Objekte von Bedürfnissen mag unendlich sein, aber die Bedürfnisse selbst sind es nicht. Sie wurzeln in der menschlichen Natur. Diese verändert sich nicht über Nacht aufgrund einer pfiffigen Werbebotschaft.

Weiter ...

→ „Zwei Grad mehr in Deutschland: Wie der Klimawandel unseren Alltag verändern wird“ (2013) bei Fischer, Frankfurt/Main, Kapitel I

Zum Verhältnis von Natur und Gesellschaft: Was heißt Anpassung an den Klimawandel?

Die Fähigkeit zur Anpassung an verschiedenste ökologische und soziale Lebensbedingungen ist ein herausragendes Merkmal der menschlichen Natur. Während Tiere und Pflanzen immer zum Überleben in einer ganz bestimmten Umwelt ausgestattet sind – ihrer sogenannten ökologischen Nische –, fehlt eine solche spezielle Ausstattung und Festgelegtheit beim Menschen. Menschen leben in tropischen Wäldern, in Eis und Schnee, in der Wüste, am Meer und auf Bergen. Überall haben sie im Lauf der Entwicklung ihrer Gesellschaften spezielle Kulturtechniken entwickelt, die es ihnen ermöglichen, den ökologischen Bedingungen, in denen sie sich befinden, ein Leben abzutrotzen. Während Tiere und Pflanzen biologisch auf das Leben in bestimmten Umweltbedingungen abgestimmt sind, bringt die menschliche Biologie eine Flexibilität und Erfahrungsoffenheit mit sich, die unter anderen Lebensformen ohne Beispiel ist. Auf bestimmte Umweltbedingungen spezialisiert und mehr

oder weniger festgelegt sind Menschen letztlich auch, doch bei ihnen erfolgt die Festlegung nicht biologisch durch genetische Vererbung, sondern sozial durch Erfahrung, Lernen und Tradition. Ihre ökologische Nische ist, wenn man so will, vor allem die Gesellschaft, weil es die besondere Sozialität der Menschen ist, die ihre herausragende Anpassungsflexibilität ermöglicht.

[Weiter \(PDF-Leseprobe\) ...](#)

→ Politisches Feuilleton im Deutschlandradio Kultur, September 2016

Wenn Referenden spalten - Bist Du für uns oder gegen uns?

Menschen haben nur selten Gelegenheit, den Gang der Geschichte zu lenken. Erst recht nicht mit einem schlichten Ja oder Nein. Genau das ermöglicht ein Referendum in den Augen seiner Befürworter – die Sprengung vermeintlicher Alternativlosigkeiten durch den Willen der Bevölkerung. Andere teilen diesen Idealismus überhaupt nicht. Sie befürchten unter anderem, dass allzu viele Wahlberechtigte gar nicht überblicken, was sie da entscheiden, und lehnen Referenden ab.

Wie man sieht, lässt sich auch das Referendum als solches bequem von den Standpunkten der Ablehnung und Zustimmung her begreifen. Sind Sie für Referenden oder dagegen? Ja oder nein? Die Frage teilt die Antwortenden in zwei Gruppen. Dadurch verwandelt sie sich schnell in eine andere: Sind Sie einer von denen oder einer von uns?

„Them and Us“, also „die und wir“, ist auch der Titel eines Buches über die Psychologie der Sektenbildung, das der US-amerikanische Psychiater Arthur Deikman im Jahr 2003 veröffentlichte. Die Terroranschläge vom 11. September 2001 hatten der Öffentlichkeit gerade in Erinnerung gerufen, wozu religiöse Kulte imstande sein können. Sein Anliegen war aber weder ein Angriff auf Religionen, noch erklärte er deren Anhänger für psychisch krank. Im Gegenteil: Er wollte zeigen, dass die Verhaltensweisen, aus denen sektenartige Gruppen entstehen, in Ansätzen überall in der Gesellschaft und in unserem Alltag zu finden sind. Sein Buch sollte über entsprechende Verführungen aufklären und so als Gegenmittel wirken.

[Weiter ...](#)