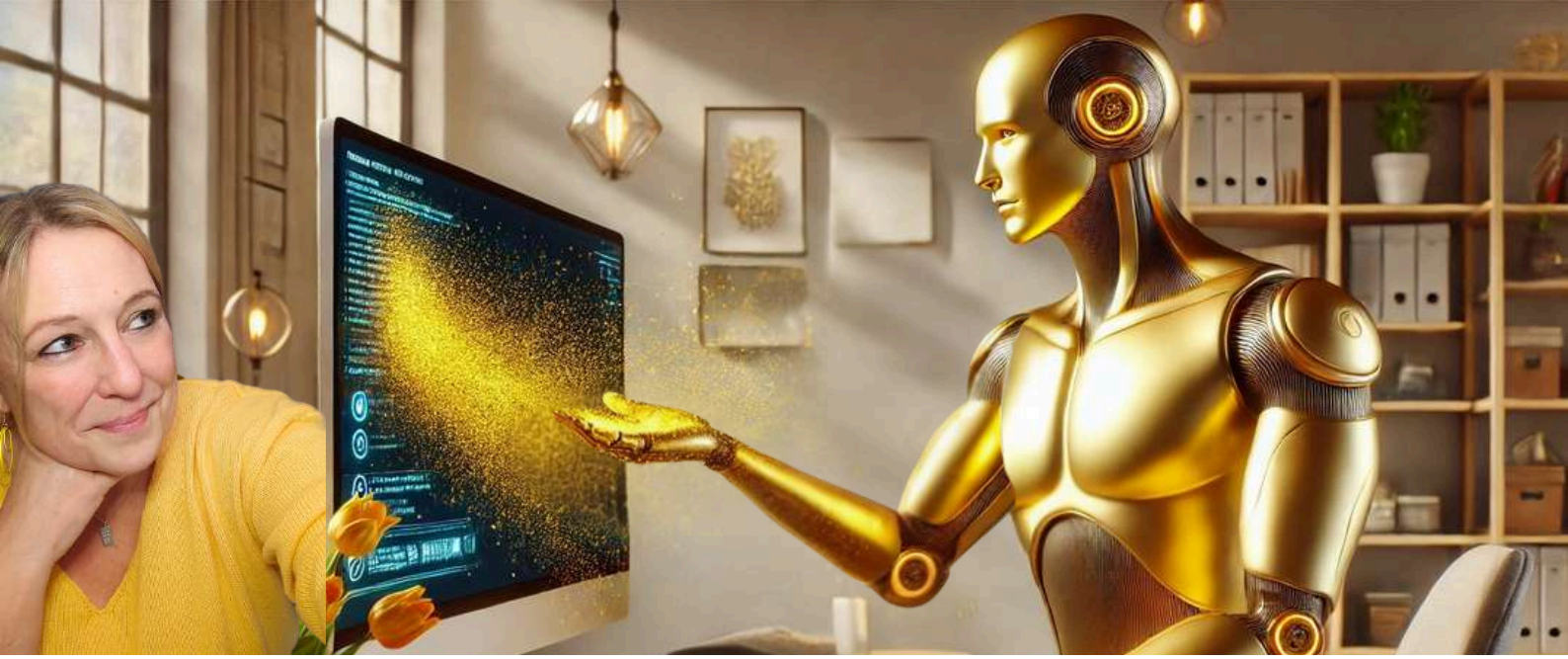
HEADLINE-MASTERY

8 KI-Prompts für Headlines,
die 3x mehr Klicks generieren

+ 15 aktuelle Formeln:
“Vom Algorithmus geliebt -
von Menschen geklickt”



Hallo KI-Fan!

Oder ist das noch zu früh?

Ich verspreche dir, spätestens wenn du die KI-Prompts auf den nächsten Seiten ausprobiert hast, wirst du die KI nicht mehr missen wollen.

Sie macht uns das Schreiben einfach so viel leichter! Und gerade Headlines sind wohl **die größte Herausforderung** im Copywriting!

Da ist es doch mehr als in Ordnung, wenn wir uns ein kleines bisschen Unterstützung gönnen. 😉

Übrigens: Mein persönlicher Lieblings-Prompt ist der Headline-Optimierer auf Seite 20! 😗🤩

Ich wünsche dir ganz viel Spaß beim Testen dieser außergewöhnlichen Headline-Prompts und Formeln.

Viele liebe Grüße,
Denise 🌞

Personal Brand Copywriter
für empathisch-sympathisches Verkaufen

Agenda

Seite 1 Anmeldung bei Chat GPT

Wenn du noch KEINE Headline zur Hand hast, mach mit diesen Prompts weiter:

Seite 2-3 Der Headline-Generator

Seite 4-5 Der emotionale Trigger

Seite 6-7 Der Story-Zuflüsterer

Seite 8-9 Der Video Content-Spezialist

Seite 10-12 Der Wunschformel-Prompt

Wenn du deine Headlines OPTIMIEREN möchtest, mach mit diesen Prompts weiter:

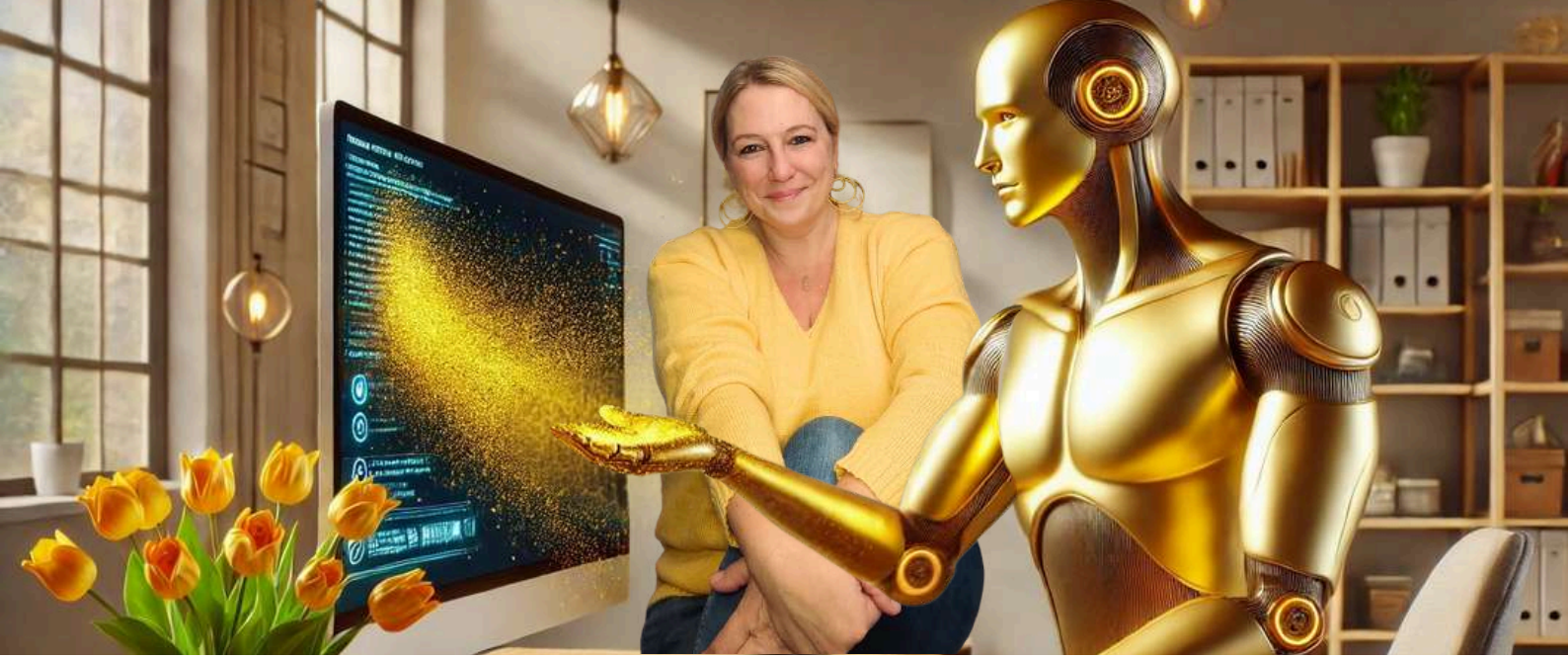
Seite 13-15 Der Headline-Variationen-Generator

Seite 16-19 Der Headline-Tester

Seite 20-22 Der Headline-Optimierer

BONUS: Vom Algorithmus geliebt - von Menschen geklickt

Seite 23-29 15 aktuelle Formeln



CHATGPT ALS HEADLINE-FLÜSTERER

15 ChatGPT-Prompts, die dir Zeit sparen und deine Kreativität entfesseln

Stell dir vor, du hättest einen kreativen Assistenten an deiner Seite, der nie müde wird, nie eine kreative Blockade hat und immer neue Ideen sprudeln lässt. **Einen Headline-Flüsterer, der dir genau dann Inspiration schenkt, wenn dein eigener Kopf wie leergefegt ist.** Genau das kann ChatGPT für dich sein.

Diese 15 Prompts sind wie magische Schlüssel, die die Tür zu einem Universum voller Headline-Ideen öffnen. **Kopiere sie einfach, passe sie an dein Thema an, und lass dich überraschen**, wie viel leichter das Schreiben fesselnder Headlines plötzlich wird.

Hier kannst du dich kostenfrei bei ChatGPT anmelden:
https://chat.openai.com/

Gut zu wissen: Du musst dich nie mit der ersten Antwort von ChatGPT zufrieden geben. Schreib ganz klar, was du erwartest oder was dir an der Antwort nicht gefallen hat oder wo es **konkreter** sein soll.

Das Programm merkt sich den Verlauf und so musst du nicht von vorne beginnen, sondern kannst wie in einem Dialog kommunizieren.

Viel Spaß!

DER HEADLINE-GENERATOR

WENN DU NOCH KEINE HEADLINE ZUR HAND HAST

Prompt 1: Der Headline-Generator

Agiere als erfahrener Copywriter mit über 20 Jahren Erfahrung im Schreiben von Verkaufstexten. Erstelle 10 verschiedene Headlines für [DEIN ANGEBOT], das sich an [DEINE ZIELGRUPPE] richtet und folgendes Problem löst: [PROBLEM].

Die Headlines sollen [EMOTION] wecken und dabei authentisch und nicht marktschreierisch wirken. Füge bei jeder Headline eine kurze Erklärung (1-2 Sätze) hinzu, warum diese Headline psychologisch wirksam ist.

Einsatzbeispiel:

Agiere als erfahrener Copywriter mit über 20 Jahren Erfahrung im Schreiben von Verkaufstexten. Erstelle 10 verschiedene Headlines für einen Online-Kurs zum Thema 'Selbstbewusst verkaufen', der sich an Coaches und Beraterinnen richtet und folgendes Problem löst: Angst vor hohen Preisen und Ablehnung im Verkaufsgespräch.

Die Headlines sollen Selbstvertrauen und Erleichterung wecken und dabei authentisch und nicht marktschreierisch wirken. Füge bei jeder Headline eine kurze Erklärung (1-2 Sätze) hinzu, warum diese Headline psychologisch wirksam ist.

Sieh dir die Ergebnisse an!

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ „Ohne Angst verkaufen: Wie du endlich mit Überzeugung deine Preise nennst – und Kunden gerne Ja sagen“
👉 Diese Headline spricht direkt das Kernproblem an: die Angst vor hohen Preisen. Gleichzeitig verspricht sie eine Lösung, die leicht und selbstverständlich wirkt („endlich“ + „gerne Ja sagen“).

2️⃣ „Keine Unsicherheit mehr im Verkaufsgespräch: Verkaufen, ohne dich zu verbiegen“
👉 Viele Coaches haben Angst, sich verstellen zu müssen. Diese Headline beruhigt und verspricht, dass Verkaufen auch authentisch und angenehm sein kann.

3️⃣ „Nie wieder Herzklopfen beim Preis: So führst du Verkaufsgespräche, die leicht und entspannt laufen“
👉 Der Satz „Nie wieder Herzklopfen“ spricht das körperliche Unbehagen direkt an, während „leicht und entspannt“ die gewünschte Emotion (Erleichterung) weckt.

4️⃣ „Selbstbewusst verkaufen – ohne Angst vor ‚zu teuer‘“
👉 Die größte Sorge wird hier direkt benannt („zu teuer“), während „selbstbewusst verkaufen“ die positive Lösung bietet. Eine kurze, prägnante Headline mit starkem Kontrast.

5️⃣ „Verkaufen mit Herz: Preise souverän nennen, ohne aufdringlich zu wirken“
👉 „Verkaufen mit Herz“ nimmt die Angst vor aggressiven Verkaufstechniken, während „souverän nennen“ Sicherheit vermittelt. Die Headline fühlt sich warm und vertrauensvoll an.

6️⃣ „Ja, du darfst hohe Preise verlangen – und Kunden zahlen sie gerne“
👉 Eine direkte Erlaubnis („Ja, du darfst“) kann große mentale Blockaden lösen. Die Kombination mit dem Kundenfokus („zahlen sie gerne“) verstärkt das Vertrauen.

7️⃣ „Schluss mit Preisdrückern: Wie du deine Wunschkunden anziehst, ohne dich unter Wert zu verkaufen“
👉 Viele Coaches erleben, dass potenzielle Kunden verhandeln oder günstige Preise erwarten. Diese Headline zeigt, dass es möglich ist, das zu umgehen.

(Gekürzte Darstellung.)

DER EMOTIONALE TRIGGER

WENN DU NOCH KEINE HEADLINE ZUR HAND HAST

Prompt 2: Der Emotionale Trigger

Ich möchte Headlines erstellen, die gezielt diese emotionalen Trigger ansprechen:

1. **[EMOTION 1**, z.B. Angst vor Versagen]
2. **[EMOTION 2,** z.B. Sehnsucht nach Anerkennung]
3. **[EMOTION 3,** z.B. Hoffnung auf Befreiung]

Mein Angebot: **[KURZE BESCHREIBUNG]**
Zielgruppe: **[KURZE BESCHREIBUNG]**

Erstelle für jeden emotionalen Trigger 2 Headlines, die subtil und respektvoll sind, aber genau diesen emotionalen Punkt treffen und zum Handeln motivieren. Erkläre kurz, wie jede Headline den emotionalen Trigger aktiviert.

Einsatzbeispiel:

Ich möchte Headlines erstellen, die gezielt diese emotionalen Trigger ansprechen:

1. Angst, finanziell nie unabhängig zu sein
2. Frustration über ständiges Zurückstecken eigener Bedürfnisse
3. Sehnsucht nach mehr Anerkennung für die eigene Arbeit

Mein Angebot: Ein Business-Coaching für Frauen, die ihr kreatives Hobby zum Beruf machen wollen Zielgruppe: Kreative Frauen zwischen 30-45, oft in Teilzeit angestellt, mit familiären Verpflichtungen.

Erstelle für jeden emotionalen Trigger 2 Headlines, die subtil und respektvoll sind, aber genau diesen emotionalen Punkt treffen und zum Handeln motivieren. Erkläre kurz, wie jede Headline den emotionalen Trigger aktiviert.

DER EMOTIONALE TRIGGER

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ Angst, finanziell nie unabhängig zu sein

🔹 **„Wie lange willst du noch von deinem Gehalt abhängig sein, statt endlich von dem zu leben, was du liebst?“**
👉 Diese Headline stellt die drängende Frage, die viele insgeheim beschäftigt. Sie weckt den Wunsch nach Selbstbestimmung, ohne Druck auszuüben.

🔹 **„Was, wenn dein kreatives Talent mehr wert ist, als du dir je zugetraut hast?“**
👉 Hier wird die unterschwellige Angst adressiert, dass ihr Hobby finanziell nicht tragfähig sein könnte. Gleichzeitig erzeugt sie Hoffnung und Neugier, weil der Wert ihrer Arbeit infrage kommt.

2️⃣ Frustration über ständiges Zurückstecken eigener Bedürfnisse

🔹 **„Wann bist endlich du dran? Wie du dein kreatives Hobby zum Business machst – ohne dich zwischen Familie und Traum entscheiden zu müssen“**
👉 Viele Frauen opfern ihre eigenen Wünsche für andere. Diese Headline zeigt, dass sie ihren Traum verwirklichen können, ohne Schuldgefühle oder Verzicht.

🔹 **„Du kümmerst dich um alle – aber wer kümmert sich um deine Träume? Jetzt ist der Moment, in dich selbst zu investieren.“**
👉 Eine emotionale, aber respektvolle Einladung, sich selbst wieder in den Fokus zu rücken. Sie aktiviert die Frustration, ohne Vorwürfe zu machen.

(Gekürzte Darstellung.)

DER STORY-ZUFLÜSTERER

WENN DU NOCH KEINE HEADLINE ZUR HAND HAST

Prompt 3: Der Story-Zuflüsterer

Hilf mir, Storytelling-Headlines zu entwickeln, die eine kleine Geschichte in einem Satz erzählen.

Mein Angebot: **[BESCHREIBUNG]**
Typischer Kundenweg: Von **[AUSGANGSSITUATION]** zu **[ERGEBNIS]** durch **[TRANSFORMATION]**

Erstelle 5 Storytelling-Headlines, die:

- Eine Reise andeuten
- Einen Wendepunkt hervorheben
- Neugier auf den Rest der Geschichte wecken
- Emotional berühren
- Authentisch und nicht übertrieben wirken

Gib zu jeder Headline eine kurze Erklärung, warum sie funktioniert.

Einsatzbeispiel:

Hilf mir, Storytelling-Headlines zu entwickeln, die eine kleine Geschichte in einem Satz erzählen.

Mein Angebot: Ein Instagram-Strategie-Kurs für Kleinunternehmen
Typischer Kundenweg: Von frustrierender Unsichtbarkeit trotz täglicher Posts zu gezielter Sichtbarkeit bei idealen Kunden durch strategische Content-Ausrichtung

Erstelle 5 Storytelling-Headlines, die:

- Eine Reise andeuten
- Einen Wendepunkt hervorheben
- Neugier auf den Rest der Geschichte wecken
- Emotional berühren
- Authentisch und nicht übertrieben wirken

Gib zu jeder Headline eine kurze Erklärung, warum sie funktioniert.

DER STORY-ZUFLÜSTERER

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ „Monatelang gepostet – 3 Likes. Dann habe ich eine Sache geändert…“

👉 Warum funktioniert das?
Diese Headline zeigt die typische Frustration (viel Aufwand, wenig Reichweite) und verspricht eine einfache Lösung. Das Wort eine verstärkt den Effekt – die Leser wollen wissen, was es ist.

2️⃣ „Ich dachte, Instagram funktioniert für mich nicht – bis mein erster Kunde aus den DMs kam.“

👉 Warum funktioniert das?
Viele Kleinunternehmer haben den Glaubenssatz, dass Instagram für sie nicht „läuft“. Der Moment des ersten Kunden in den DMs ist der Wendepunkt, der zeigt: Doch, es geht!

3️⃣ „Ich habe aufgehört, täglich zu posten – und plötzlich wollten Kunden mit mir arbeiten.“

👉 Warum funktioniert das?
Diese Headline bricht mit der typischen Annahme, dass mehr posten gleich mehr Erfolg bedeutet. Sie erzeugt sofort Neugier: Wie kann weniger Posten zu mehr Kunden führen?

DER VIDEO CONTENT-SPEZIALIST

WENN DU NOCH KEINE HEADLINE ZUR HAND HAST

Prompt 4: Der Video-Content Spezialist

Erstelle 10 aufmerksamkeitsstarke Headlines speziell für kurze Video-Inhalte (Reels/TikTok) zum Thema [DEIN THEMA].

Die Headlines müssen:
- In den ersten 2-3 Worten fesseln
- Neugier wecken, die nur durch Anschauen befriedigt werden kann
- Einen "Pattern Interrupt" enthalten (etwas Unerwartetes)
- Kurz und prägnant sein
- Zum Stehenbleiben beim Scrollen verleiten

Meine Zielgruppe ist: **[ZIELGRUPPE]**
Ihr größtes Problem/Interesse: **[PROBLEM/INTERESSE]**

Einsatzbeispiel:

"Erstelle 10 aufmerksamkeitsstarke Headlines speziell für kurze Video-Inhalte (Reels/TikTok) zum Thema gesunde Ernährung im Alltag.

Die Headlines müssen:

- In den ersten 2-3 Worten fesseln
- Neugier wecken, die nur durch Anschauen befriedigt werden kann
- Einen "Pattern Interrupt" enthalten (etwas Unerwartetes)
- Kurz und prägnant sein
- Zum Stehenbleiben beim Scrollen verleiten

Meine Zielgruppe ist: Berufstätige Mütter zwischen 30-45, die gesünder essen wollen, aber wenig Zeit haben Ihr größtes Problem/Interesse: Schnelle, gesunde Mahlzeiten, die auch Kindern schmecken"

DER VIDEO CONTENT-SPEZIALIST

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ **„Essen in 10 Minuten – ohne Chaos in der Küche!“**
👉 Pattern Interrupt: Schnell und ohne Stress? Perfekte Lösung für gestresste Mütter.

2️⃣ **„Das gesündeste Kinderessen – und sie merken es nicht!“**
👉 Pattern Interrupt: Überraschungseffekt – gesundes Essen, das Kinder tatsächlich lieben?

3️⃣ **„3-Zutaten-Rezept, das du dein Leben lang bereuen wirst… wenn du es nicht kennst!“**
👉 Pattern Interrupt: Die Kombination aus „bereuen“ und „Rezept“ erzeugt sofort Neugier.

4️⃣ **„Warum dein gesundes Frühstück dich müder macht…“**
👉 Pattern Interrupt: Die Annahme, dass gesund = energiegeladen ist, wird infrage gestellt.

5️⃣ **„Mein Kind hat DAS gegessen – und nicht gemerkt, dass es Gemüse war!“**
👉 Pattern Interrupt: Kinder essen unbewusst Gemüse? Das will jede Mutter wissen!

6️⃣ **„Wenn du DAS einmal machst, musst du nie wieder extra kochen!“**
👉 Pattern Interrupt: Ein einmaliger Trick, der langfristig hilft – das weckt Interesse.

(Gekürzte Darstellung.)

DER WUNSCHFORMEL-PROMPT

Jetzt wird es richtig spannend!

Dieser Prompt ist perfekt dafür geeignet, die Formeln aus dem PDF "77 Headline-Vorlagen" anzuwenden! So kannst du dir die Zeit sparen, selbst zu überlegen.

Such dir dafür deine Lieblings-Formel raus und gib der KI die entsprechenden Hintergrund-Infos über deine Zielgruppe und dein Angebot.

WENN DU NOCH KEINE HEADLINE ZUR HAND HAST

Prompt 5: Der Wunschformel-Anwender

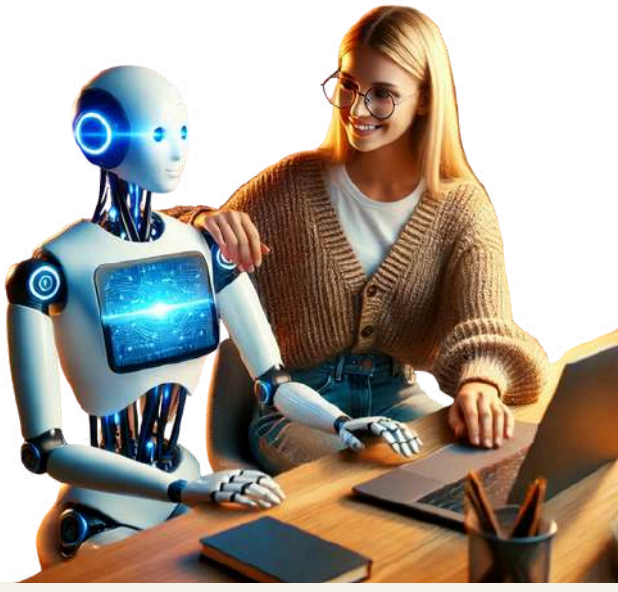
Ich möchte Headlines nach dieser bewährten Formel erstellen:

[WUNSCHFORMEL]

Bitte erstelle für diese Formel 3 Varianten, die präzise, emotional und überzeugend sind. Orientiere dich dafür an diesen Beispielen, damit das Ergebnis bildlich und greifbar wird:

[BEISPIELE EINGEBEN, DIE UNTER DER JEWEILIGEN FORMEL STEHEN.]

Mein Thema ist: **[DEIN THEMA/ANGEBOT]**
Meine Zielgruppe: **[KURZE BESCHREIBUNG]**
Ihr größtes Problem: **[PROBLEM]**
Ihr größter Wunsch: **[WUNSCH]**
Typische Hindernisse: **[HINDERNISSE]**
Meine Lösung: **[LÖSUNG]**



DER WUNSCHFORMEL-PROMPT

Einsatzbeispiel:

Ich möchte Headlines nach dieser bewährten Formel erstellen:

WAS, WENN NICHT [GLAUBENSSATZ] DAFÜR VERANTWORTLICH IST, DASS [PROBLEM]?

Bitte erstelle für diese Formel 3 Varianten, die präzise, emotional und überzeugend sind. Orientiere dich dafür an diesen Beispielen, damit das Ergebnis bildlich und greifbar wird:

- Was, wenn nicht deine Ernährung dafür verantwortlich ist, dass deine Waage immer weiter nach oben ausschlägt, sondern ein winziger Faktor, den fast alle übersehen?
- Was, wenn nicht deine fehlende Kreativität dafür verantwortlich ist, dass du keine guten Werbetexte schreibst, sondern ein einfacher Prozess, den dir niemand gezeigt hat?

Mein Thema ist: Ein Online-Kurs zum Thema nachhaltige Gewichtsabnahme
Meine Zielgruppe: Frauen 40+, die bereits mehrere Diäten erfolglos probiert haben Ihr größtes Problem: Jo-Jo-Effekt und Frustration nach kurzfristigen Erfolgen
Ihr größter Wunsch: Dauerhaft Wohlfühlgewicht erreichen ohne ständig ans Essen zu denken
Typische Hindernisse: Zeitmangel, Heißhunger, fehlendes Durchhaltevermögen
Meine Lösung: Ein alltagstaugliches Ernährungssystem mit Fokus auf Gewohnheitsänderung

DER WUNSCHFORMEL-PROMPT

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ Was, wenn nicht dein Durchhaltevermögen dafür verantwortlich ist, dass du immer wieder in den Jo-Jo-Effekt rutschst, sondern ein simpler Fehler, den fast alle Diäten machen?
👉 Viele glauben, dass sie „einfach nicht diszipliniert genug“ sind. Diese Headline stellt das infrage und zeigt, dass das eigentliche Problem woanders liegt – ein starker Trigger für Neugier.

2️⃣ Was, wenn nicht dein Heißhunger dafür verantwortlich ist, dass du deine Abnahme immer wieder sabotierst, sondern eine unscheinbare Gewohnheit, die du ohne Aufwand ändern kannst?
👉 Diese Headline nimmt eine der größten Herausforderungen (Heißhunger) und zeigt, dass die Lösung überraschend einfach sein könnte – ein perfekter Aha-Moment.

3️⃣ Was, wenn nicht deine Ernährung schuld daran ist, dass du nie dauerhaft abnimmst, sondern die Art, wie du über Essen denkst?
👉 Hier wird das Problem auf eine neue Ebene gehoben: Es geht nicht um die Lebensmittel selbst, sondern um die tief verankerten Muster dahinter. Diese Headline lädt zum Umdenken ein.

DER HEADLINE-VARIATIONEN-GENERATOR

WENN DU HEADLINES OPTIMIEREN WILLST

Prompt 1: Der Headline-Variationen-Generator

Nimm diese Basis-Headline: "[DEINE HEADLINE]" und erstelle 15 Variationen, die den gleichen Kerngedanken transportieren, aber unterschiedliche Formate, emotionale Trigger und Schwerpunkte setzen.

Kategorisiere die Variationen in:
- Frage-Headlines (3)
- Wie-du-Headlines (3)
- Zahlen-Headlines (3)
- Warum-Headlines (3)
- Storytelling-Headlines (3)

Hebe bei jeder Variation hervor, welchen emotionalen Trigger sie aktiviert (z.B. Neugier, Angst vor Verlust, Hoffnung, Überraschung) und welcher Teil der Zielgruppe besonders darauf ansprechen könnte.

Einsatzbeispiel:
"Nimm diese Basis-Headline: 'Endlich ein aufgeräumtes Zuhause ohne stundenlange Putz-Marathons' und erstelle 15 Variationen, die den gleichen Kerngedanken transportieren, aber unterschiedliche Formate, emotionale Trigger und Schwerpunkte setzen.

Kategorisiere die Variationen in:
- Frage-Headlines (3)
- Wie-du-Headlines (3)
- Zahlen-Headlines (3)
- Warum-Headlines (3)
- Storytelling-Headlines (3)

Hebe bei jeder Variation hervor, welchen emotionalen Trigger sie aktiviert (z.B. Neugier, Angst vor Verlust, Hoffnung, Überraschung) und welcher Teil der Zielgruppe besonders darauf ansprechen könnte."

DER HEADLINE-VARIATIONEN-GENERATOR

Die Ergebnisse hier:

1️⃣ Frage-Headlines (Neugier, Erleichterung, Wunsch nach Kontrolle)

🔹 **„Warum fühlt sich dein Zuhause nie richtig aufgeräumt an – egal, wie oft du putzt?“**
👉 Trigger: Validierung des Problems + Neugier, was die wahre Ursache ist.
👉 Zielgruppe: Menschen, die ständig putzen, aber nie das Gefühl haben, wirklich Ordnung zu haben.

🔹 **„Was wäre, wenn dein Zuhause immer ordentlich wäre – ohne dass du ständig aufräumen musst?“**
👉 Trigger: Vision einer neuen Realität + sanfte Herausforderung.
👉 Zielgruppe: Mütter, Berufstätige, alle mit wenig Zeit.

2️⃣ Wie-du-Headlines (Erleichterung, Kontrolle, schnelle Umsetzung)

🔹 **„Wie du es schaffst, dass dein Zuhause sich jeden Tag sauber anfühlt – ohne mehr Zeit ins Putzen zu stecken“**
👉 Trigger: Wunsch nach Kontrolle + Zeitersparnis.
👉 Zielgruppe: Vielbeschäftigte, die an effizienten Lösungen interessiert sind.

🔹 **„Wie du in nur 10 Minuten pro Tag für dauerhaftes Ordnungsglück sorgst“**
👉 Trigger: Schnelligkeit + einfache Umsetzung.
👉 Zielgruppe: Alle, die glauben, Ordnung sei zeitaufwendig.

3️⃣ Zahlen-Headlines (Struktur, schnelle Ergebnisse, Motivation)

🔹 **„3 kleine Änderungen, die dein Zuhause für immer ordentlich halten“**
👉 Trigger: Machbarkeit + Klarheit.
👉 Zielgruppe: Menschen, die keine drastischen Veränderungen möchten.

🔹 **„7 geniale Ordnungs-Hacks, mit denen du nie wieder chaotische Räume hast“**
👉 Trigger: Überraschung + Spaß an kleinen Optimierungen.
👉 Zielgruppe: Menschen, die praktische Lösungen lieben.

DER HEADLINE-VARIATIONEN-GENERATOR

4️⃣ Warum-Headlines (Überraschung, Neugier, Reframing von falschen Annahmen)

🔹 **„Warum du dein Zuhause nie dauerhaft ordentlich halten kannst – wenn du diesen Fehler machst“**
👉 Trigger: Angst vor Verlust + Wissenslücke.
👉 Zielgruppe: Perfektionisten, die sich fragen, warum ihre Ordnung nicht hält.

🔹 **„Warum dein Chaos nicht an dir liegt – sondern an der Art, wie du aufräumst“**
👉 Trigger: Schuldentlastung + Hoffnung.
👉 Zielgruppe: Menschen, die sich für chaotisch halten und nach einem neuen Ansatz suchen.

5️⃣ Storytelling-Headlines (Emotionale Identifikation, visuelle Vorstellung, Erleichterung)

🔹 **„Ich habe die perfekte Ordnung nie lange halten können – bis ich dieses Prinzip entdeckt habe“**
👉 Trigger: Frust + Hoffnung auf eine Lösung.
👉 Zielgruppe: Perfektionisten, die sich selbst für das Chaos verantwortlich machen.

🔹 **„Meine Wohnung war immer chaotisch – bis ich aufhörte, nach Perfektion zu suchen“**
👉 Trigger: Identifikation + Erleichterung, dass Ordnung nicht Perfektion bedeutet.
👉 Zielgruppe: Überforderte Eltern, kreative Köpfe, Menschen mit wenig Zeit.

DER HEADLINE-TESTER

WENN DU HEADLINES OPTIMIEREN WILLST

Prompt 2: Der Headline-Tester

Ich habe 3 Headline-Varianten für [DEIN ANGEBOT]. Bitte analysiere sie und gib mir eine detaillierte Einschätzung, welche am besten funktionieren würde:

Headline 1: [ERSTE HEADLINE]
Headline 2: [ZWEITE HEADLINE]
Headline 3: [DRITTE HEADLINE]

Bitte bewerte sie nach diesen Kriterien:

1. Klarheit der Botschaft
2. Emotionale Wirkung
3. Glaubwürdigkeit
4. Spezifität
5. Handlungsaufforderung (implizit oder explizit)
6. Zielgruppenansprache

Ordne die Headlines vom stärksten zum schwächsten Kandidaten und erkläre, warum. Falls möglich, schlage eine vierte, noch stärkere Variante vor, die Elemente der besten Kandidaten vereint.

DER HEADLINE-TESTER

Einsatzbeispiel:

"Ich habe 3 Headline-Varianten für meinen Podcast-Launch-Kurs. Bitte analysiere sie und gib mir eine detaillierte Einschätzung, welche am besten funktionieren würde:

Headline 1: 'In 8 Wochen zum erfolgreichen Podcast-Launch: Der strukturierte Weg von der Idee zur ersten 1.000 Downloads'
Headline 2: 'Von der Podcast-Idee zum Experten-Status: Wie du deinen Podcast startest, ohne an Technik zu verzweifeln oder im Mittelmaß zu verschwinden'
Headline 3: 'Dein Podcast. Deine Regeln. Dein Erfolg. – Der 8-Wochen-Fahrplan für deinen authentischen Podcast-Launch'

Bitte bewerte sie nach diesen Kriterien:

- Klarheit der Botschaft
- Emotionale Wirkung
- Glaubwürdigkeit
- Spezifität
- Handlungsaufforderung (implizit oder explizit)
- Zielgruppenansprache

Ordne die Headlines vom stärksten zum schwächsten Kandidaten und erkläre, warum. Falls möglich, schlage eine vierte, noch stärkere Variante vor, die Elemente der besten Kandidaten vereint."

DER HEADLINE-TESTER

Hier ist die detaillierte Analyse deiner Podcast-Launch-Kurs-Headlines mit Bewertungen in jeder Kategorie:

🔹 **Headline 1:**

„In 8 Wochen zum erfolgreichen Podcast-Launch: Der strukturierte Weg von der Idee zur ersten 1.000 Downloads“

✅ **Klarheit der Botschaft (9/10)** → Sehr klar: Es geht um einen Podcast-Launch in 8 Wochen mit einem konkreten Ziel (erste 1.000 Downloads).
✅ **Emotionale Wirkung (7/10)** → Strukturiert, aber eher sachlich. „Erfolgreich“ ist allgemein, „1.000 Downloads“ ist greifbar, könnte aber emotionaler sein.
✅ **Glaubwürdigkeit (9/10)** → Klingt realistisch, weil es eine Zeitspanne + ein konkretes Ziel gibt.
✅ **Spezifität (9/10)** → Sehr spezifisch durch „8 Wochen“ und „erste 1.000 Downloads“.
✅ **Handlungsaufforderung (7/10)** → Der Nutzen ist klar, aber es fehlt eine direkte oder implizite „Meld dich an“-Dynamik.
✅ **Zielgruppenansprache (8/10)** → Spricht angehende Podcaster an, aber könnte emotionaler sein.

⭐ **Fazit:** Sehr klare, konkrete Headline mit hoher Glaubwürdigkeit, könnte aber emotionaler sein.

(Es folgen Headline 2 und 3 nach gleichem Aufbau.)

DER HEADLINE-TESTER

📌 **Ranking (vom besten zum schwächsten Kandidaten):**

1️⃣ **Headline 1** → Klare Struktur, hoher Glaubwürdigkeitsfaktor, aber etwas sachlich.
2️⃣ **Headline 2** → Emotional stark, weckt Ängste, aber könnte spezifischer sein.
3️⃣ **Headline 3** → Empowernd und individuell, aber zu vage für Menschen, die eine konkrete Lösung suchen.

🚀 **Optimierte, noch stärkere Version:**

„Starte deinen Podcast in 8 Wochen – ohne Technikstress und mit echten Zuhörern von Tag 1!“

Warum ist diese Headline noch besser?

✔ **Klar & konkret** → „Starte deinen Podcast in 8 Wochen“ gibt eine klare Timeline.
✔ **Emotionale Trigger** → „Ohne Technikstress“ nimmt Ängste, „echte Zuhörer“ macht das Ziel greifbar.
✔ **Glaubwürdig** → Es wird nicht übertrieben, aber ein realistisches Ziel vermittelt.
✔ **Handlungsaufforderung** → „Starte deinen Podcast“ klingt aktiver als „Fahrplan“ oder „Weg“.
✔ **Zielgruppenorientiert** → Perfekt für Neulinge, die sich vor Technik fürchten und gleich Reichweite wollen.

DER HEADLINE-OPTIMIERER

WENN DU HEADLINES OPTIMIEREN WILLST

Prompt 3: Der Headline-Optimierer

Analysiere diese Headline für mich: "[DEINE AKTUELLE HEADLINE]".

Bewerte sie auf einer Skala von 1-10 in diesen Kategorien:

- **Klarheit:** Versteht der Leser sofort, worum es geht?
- **Emotionale Ansprache:** Weckt die Headline Gefühle?
- **Neugierde:** Motiviert sie zum Weiterlesen?
- **Spezifität:** Ist sie konkret genug, um glaubwürdig zu sein?
- **Glaubwürdigkeit:** Klingt das Versprechen realistisch?

Schlage 3 verbesserte Versionen vor, die die gleiche Botschaft transportieren, aber noch stärker wirken. Erkläre bei jeder Version, welche psychologischen Trigger sie aktiviert.

Einsatzbeispiel:

Analysiere diese Headline für mich: “Lerne, wie du deine Preise durchsetzt, ohne Kunden zu verlieren”.

Bewerte sie auf einer Skala von 1-10 in diesen Kategorien:

- **Klarheit:** Versteht der Leser sofort, worum es geht?
- **Emotionale Ansprache:** Weckt die Headline Gefühle?
- **Neugierde:** Motiviert sie zum Weiterlesen?
- **Spezifität:** Ist sie konkret genug, um glaubwürdig zu sein?
- **Glaubwürdigkeit:** Klingt das Versprechen realistisch?

Schlage 3 verbesserte Versionen vor, die die gleiche Botschaft transportieren, aber noch stärker wirken. Erkläre bei jeder Version, welche psychologischen Trigger sie aktiviert.

DER HEADLINE-OPTIMIERER

Die Ergebnisse hier:

Hier ist die Analyse der Headline „Lerne, wie du deine Preise durchsetzt, ohne Kunden zu verlieren“ auf einer Skala von 1 bis 10:

✅ **Klarheit (9/10):** Die Botschaft ist verständlich – es geht um Preisgestaltung und die Angst, Kunden zu verlieren.
✅ **Emotionale Ansprache (6/10):** Sie trifft eine typische Sorge („Kunden verlieren“), könnte aber emotionaler formuliert werden.
✅ **Neugierde (7/10):** Sie ist solide, aber der Begriff „durchsetzen“ klingt etwas trocken. Eine unerwartete Formulierung könnte mehr Aufmerksamkeit erzeugen.
✅ **Spezifität (6/10):** Sie bleibt allgemein – wie genau setzt man Preise durch? Ein konkreterer Hinweis wäre stärker.
✅ **Glaubwürdigkeit (8/10):** Klingt realistisch, aber das Wort „lernen“ ist wenig greifbar und könnte aktiver formuliert werden.

🔹 **Gesamtbewertung: 7,2/10 → Gute Headline, aber mit Optimierungspotenzial.**

Keine Sorge,

die KI optimiert automatisch für dich!

DER HEADLINE-OPTIMIERER

Drei verbesserte Versionen mit psychologischen Triggern:

1️⃣ „Wie du höhere Preise nennst – und Kunden trotzdem begeistert buchen“

👉 Warum wirkt sie besser?

- „Höhere Preise“ klingt konkreter als „Preise durchsetzen“.
- „Trotzdem begeistert buchen“ nimmt die Angst, dass Kunden abspringen, und setzt stattdessen ein positives Bild.

Trigger: Konkretheit, Angstlinderung, positive Zukunftsvision.

2️⃣ „Was, wenn Kunden gerne zahlen – statt über deinen Preis zu diskutieren?“

👉 Warum wirkt sie besser?

- „Was, wenn…?“ erzeugt einen Neugier-Trigger und bricht mit Erwartungen.
- „Gerne zahlen“ löst den Glaubenssatz auf, dass Preise durchgesetzt werden müssen.
- Trigger: Neugier, Reframing, Leichtigkeit.

3️⃣ „Hör auf, deine Preise zu rechtfertigen – und fang an, sie selbstbewusst zu nennen“

👉 Warum wirkt sie besser?

- „Hör auf…“ erzeugt einen starken Pattern Interrupt, da es eine Handlung infrage stellt.
- „Selbstbewusst nennen“ anstelle von „durchsetzen“ macht die Lösung greifbarer.
- Trigger: Kontraste, direkte Ansprache, Empowerment.

BONUS

15 aktuelle Formeln:

“Vom Algorithmus geliebt - von Menschen geklickt”

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

KI-OPTIMIERTE HEADLINES: VON ALGORITHMEN GELIEBT, VON MENSCHEN GEKLICKT

In einer Welt, in der wir täglich mit über 5.000 Werbebotschaften bombardiert werden, brauchen wir **Headlines, die nicht nur auffallen, sondern auch relevant sind.** Die digitale Landschaft hat die Spielregeln verändert – Algorithmen entscheiden mit, welche Inhalte gesehen werden, und die menschliche Aufmerksamkeitsspanne ist kürzer denn je. Diese neuen Headline-Typen sind wie frischer Wind in der digitalen Kommunikation.

1. Die Keyword-Balance-Formel:

Diese Formel gibt Suchmaschinen, was sie brauchen, und Menschen, was sie lieben: Eine Überraschung.

[Hauptkeyword]: [Unerwartetes Ergebnis] durch [Deine einzigartige Methode].

- Instagram Marketing: 3x mehr Engagement durch die Content-Cluster Methode, die deinen Feed in eine Kundenmagneten-Maschine verwandelt.
- Abnehmen nach Schwangerschaft: Wie der Rhythmus-Ansatz mir half, 15kg zu verlieren, während ich mehr aß als zuvor.

2. Die Suchintention-Erfüllungs-Formel:

Diese Headline greift die wahre Suchintention auf und zeigt: Ich verstehe, was du wirklich willst, nicht nur, was du eingetippt hast.

[Was der Kunde wirklich sucht] - [Deine überraschende Lösung, die sein Problem wirklich versteht].

- Endlich ein aufgeräumtes Zuhause - Die 15-Minuten Reset Methode für Vielbeschäftigte, die abends lieber mit den Kindern spielen als aufzuräumen.
- Besser schlafen ohne Medikamente - Der Abendritual-Fahrplan, der deinen Körper sanft in den Schlafmodus wiegt.

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

3. Die Feature-Benefit-Brücke:

Diese Formel übersetzt technische Eigenschaften in emotionale Vorteile – genau das, was sowohl KI als auch Menschen verstehen.

[Technisches Feature] = [Emotionaler Benefit] für [Zielgruppe].

- KI-gestützte Terminplanung = 5 Stunden mehr Freizeit pro Woche für Solopreneure, die ihre Zeit lieber mit Kunden als mit Kalendern verbringen.
- Protein-optimierte Ernährung = Endlich keine Heißhungerattacken mehr für vielbeschäftigte Mütter, die abends nicht mehr die Küchenschränke plündern wollen.

4. Die Zukunfts-Gegenwart-Formel:

Diese Headline verkürzt den Weg in die Zukunft und macht sie greifbar – ein Ansatz, der sowohl für KI-Algorithmen als auch für zukunftsorientierte Menschen ansprechend ist.

[Zukunftsvision] ist jetzt möglich durch [Deine Lösung].

- Ein 4-Tage-Business mit 5-Tage-Einkommen ist jetzt möglich durch die Zeitblock-Methode, die deine produktivsten Stunden identifiziert und maximiert.
- Stressfreie Familienfeiern sind jetzt möglich durch den Harmonie-Fahrplan, der schwierige Verwandte in deine größten Fans verwandelt.

5. Die Daten-Story-Formel:

Diese Headline verbindet harte Fakten mit einer emotionalen Geschichte – eine Kombination, die sowohl Algorithmen als auch Menschen lieben.

[Überraschende Zahl/Statistik]: Wie [Zielgruppe] [Ergebnis] erreicht mit [Methode].

- 83% weniger E-Mails: Wie erfolgreiche Coaches ihre Kommunikation streamlinen und trotzdem persönlicher werden.
- 47% mehr Umsatz: Wie Handmade-Shops auf Etsy ihre Produktbeschreibungen optimieren und damit nicht nur mehr, sondern auch die richtigen Kunden anziehen.

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

STORYTELLING-HEADLINES: EINE GANZE GESCHICHTE IN EINEM SATZ!

Geschichten sind seit Jahrtausenden der Weg, wie wir Menschen Wissen und Emotionen teilen. Eine gute Storytelling-Headline weckt in Sekundenbruchteilen die Sehnsucht nach dem Rest der Geschichte.

1. Die Mini-Reise-Formel:

Diese Formel erzählt eine komplette Heldenreise in einer einzigen Zeile – eine Einladung auf ein Abenteuer.

Von [Ausgangssituation] zu [Ergebnis]: Wie [Hauptcharakter] [Transformation erreichte].

- Von der Küchentisch-Gründerin zur 6-stelligen Unternehmerin: Wie Sandra ihr Hobby-Business in 12 Monaten skalierte, ohne ihre Seele zu verkaufen.
- Vom 14-Stunden-Tag zum 4-Tage-Business: Wie dieser Coach seine Preise verdreifachte und dabei seine Burnout-Spirale durchbrach.

2. Die Gegen-alle-Erwartungen-Formel:

Diese Headline bricht mit Konventionen und verspricht einen unerwarteten Weg zum Erfolg – perfekt für Menschen, die Mainstream-Methoden erfolglos ausprobiert haben.

Wie [ungewöhnlicher Ansatz] [überraschendes Ergebnis] brachte, obwohl [allgemeine Annahme].

- Wie 10 Minuten Meditation mir endlich Abnehmerfolge brachten, obwohl ich nie an 'Mindset-Arbeit' geglaubt habe und jahrelang nur auf Sport und Ernährung setzte.
- Wie eine Bank mein Hypothekenangebot verdoppelte, obwohl meine Schufa-Auskunft aussah wie ein Horrorfilm und drei Banken mich bereits abgelehnt hatten.

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

3. Die Wendepunkt-Formel:

Diese Headline fokussiert auf den entscheidenden Moment einer Veränderung – jenen Punkt, an dem alles anders wurde.

Der Moment, der [Transformation] veränderte: [Kurze Beschreibung des Schlüsselereignisses].

- Der Moment, der mein Business für immer veränderte: Als ich aufhörte, allen zu gefallen und anfing, einer bestimmten Gruppe wirklich zu helfen.
- Der Moment, der meine Beziehung rettete: Ein zufälliges Gespräch an der Supermarktkasse, das mir die Augen öffnete.

4. Die Entdeckungs-Formel:

Diese Headline bietet einen Einblick in eine persönliche Entdeckung und verspricht, dieses Wissen zu teilen.

Was ich entdeckte, als ich [ungewöhnliche Handlung] – und wie es [Lebensbereich] für immer veränderte.

- Was ich entdeckte, als ich 30 Tage lang jeden Abend meinem Partner eine Stärke nannte – und wie es unsere Ehe vom Rand der Scheidung zurückbrachte.
- Was ich entdeckte, als ich aufhörte, meine E-Mails zu checken – und wie es meinen Arbeitsalltag von Chaos in Struktur verwandelte.

5. Die Was-wäre-wenn-Formel:

Diese Headline öffnet den Raum für neue Möglichkeiten und lädt zum Umdenken ein.

Was wäre, wenn [unkonventionelle Idee] der Schlüssel zu [begehrtes Ergebnis] wäre?

- Was wäre, wenn weniger Content der Schlüssel zu mehr Reichweite wäre? Die Qualitäts-Strategie, die gegen jede Regel verstößt.
- Was wäre, wenn dein Schlafzimmer der Schlüssel zu deinem Karriereerfolg wäre? Die überraschende Verbindung zwischen Ruhe und Leistung.

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

VIDEO CONTENT HEADLINES: STOP THE SCROLL

In der schnelllebigen Welt der Reels und Kurzvideos entscheiden die ersten Worte, ob jemand stoppt oder weiterschrollt. Diese Headlines müssen wie ein Blitz einschlagen – schnell, intensiv und unvergesslich.

1. Die Neugier-Loop-Formel:

Diese Headline schafft eine Spannung, die nur durch Anschauen des Videos aufgelöst werden kann – wie ein Cliffhanger mitten im Satz.

[Überraschende Aussage oder Handlung]... und was dann passierte, änderte alles.

- Ich habe 30 Tage lang um 5 Uhr morgens trainiert... und was dann passierte, stellte alles in Frage, was ich über Morgenmenschen dachte.
- Ich habe diesen einen Satz in jedes Verkaufsgespräch eingebaut... und was dann geschah, verdoppelte nicht nur meine Abschlussrate, sondern auch meine Preise.

2. Die Insider-Formel:

Diese Headline verspricht Insider-Wissen und spielt mit dem Gefühl, dass einem wichtige Informationen vorenthalten werden.

Was [Experten/Profis] dir nicht über [Thema] verraten wollen.

- Was Hautärzte dir nicht über teure Anti-Aging Cremes verraten wollen – der 3€-Wirkstoff, der sie alle übertrifft.
- Was erfolgreiche Coaches dir nicht über ihren Launch-Prozess verraten – die stille Strategie hinter den lauten Erfolgen.

DIE DIGITALE EVOLUTION

Noch mehr Headlines für die digitale Welt

3. Die Zeig-mir-wie-Formel:

Diese interaktive Headline fordert zum Mitmachen auf und verspricht eine persönliche Erkenntnis.

Zeig mir, wie du [Alltagshandlung], und ich sage dir, ob du [Ergebnis/Eigenschaft].

- Zeig mir, wie du dein Handy hältst, und ich sage dir, ob du unter heimlichem Stress leidest – der Körpersprache-Check, der nicht lügt.
- Zeig mir, wie dein Schreibtisch aussieht, und ich sage dir, wo dein Business in 12 Monaten stehen wird – die verblüffende Verbindung zwischen Ordnung und Erfolg.

4. Die POV-Formel:

Diese Headline lädt ein, die Perspektive zu wechseln und eine Situation aus neuen Augen zu erleben.

POV: Du bist [Situation/Person] und [unerwartetes Ereignis passiert]

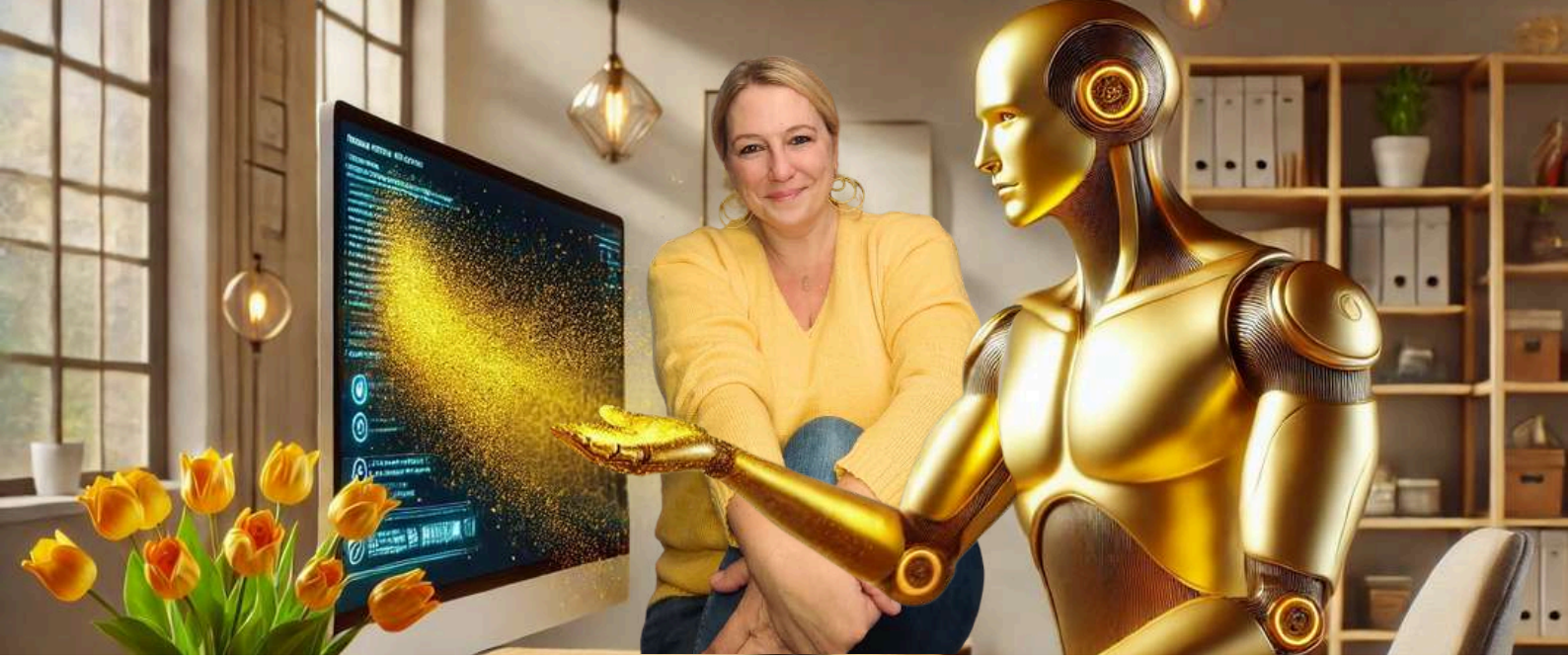
- POV: Du bist auf einem Netzwerk-Event und kannst plötzlich die wahren Gedanken aller hören – die 3 Typen, denen du sofort vertrauen kannst.
- POV: Du wachst auf und all deine Kunden sind verschwunden – was du HEUTE tun kannst, damit dir das nie passiert.

5. Die Watch-me-Formel:

Diese Headline verspricht eine Live-Demonstration, die bisherige Annahmen in Frage stellt.

Watch me [Handlung ausführen] in [überraschend kurzer Zeit/ungewöhnlicher Weise].

- Watch me einen kompletten Launch-Plan in 10 Minuten erstellen – die Methode, die ich nach 27 gescheiterten Launches endlich entdeckt habe.
- Watch me einen Monat Inhalte in einer Stunde planen – ohne Stress, ohne Überstunden, ohne die Qualität zu opfern.



Du hast es geschafft! Wohooo!

Hast du noch Fragen oder brauchst meine Hilfe?
Dann schreib mir - ich freue mich auf deine Nachricht!

Du möchtest dir gerne weitere Angebote von mir ansehen?

Dann stöbere gerne hier weiter.

Bis bald!

Deine Denise

Personal Brand Copywriter
für empathisch-sympathisches Verkaufen.

DENISE LIPPEK
COPYWRITING
Empathisch-sympathisch verkaufen.

URHEBERRECHTSHINWEIS

© Copyright 2025 – Denise Lippek

Alle Inhalte dieses PDFs, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt.
Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Denise Lippek.

Die - auch auszugsweise - Verwendung der Inhalte dieses PDFs kann nur nach meiner vorherigen schriftlichen Zustimmung erfolgen.
Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung bleiben vorbehalten.

Ich weise darauf hin, dass derjenige, der gegen das Urheberrecht verstößt indem er z.B. Bilder oder Texte unerlaubt kopiert, sich gem. §§ 106 ff UrhG strafbar macht und zudem gem. §§ 97 f UrhG kostenpflichtig abgemahnt wird und Schadensersatz leisten muss.