

Call-To-Action (CTA)

Was ist eine CTA?

Eine Call-to-Action (CTA) ist eine Handlungsaufforderung, um eine bestimmte Reaktion beim User zu erzeugen. Dabei kann die Handlungsaufforderung in Form von Text, Bild oder als eine Kombination der beiden Formate erfolgen. Zudem kann eine CTA für höhere Conversion Rates sorgen.

Definition

Als eine Call-To-Action wird eine **Handlungsaufforderung** bezeichnet, die den User zu einer bestimmten Handlung motiviert. In der Regel erfolgt dies im Imperativ wie “Jetzt kaufen”, “Mehr erfahren” oder “Jetzt downloaden”. Durch eine strategische **Platzierung** des Buttons fordert er somit den User auf, sich mit dem Produkt oder Dienstleistung auf eine bestimmte Art und Weise zu beschäftigen. Eine wirkungsvolle CTA liefert dem User **überzeugende Gründe** für einen schnellen Kauf, statt die Kaufentscheidung hinauszuzögern. Eine Call-to-Action stellt einen wichtigen Bestandteil im Bereich der Marketingmaßnahmen dar, um die [Conversion](#) deutlich zu erhöhen. Neben den Conversions können die Ziele sowohl das Erzeugen von Leads als auch die Erhöhung der [Verweildauer](#) sein. Hierfür regt die CTA den User zum Anklicken auf andere Artikel oder Medien an.

Ziele der Call-to-Action

Eine CTA kann mehrere oder unterschiedliche Ziele verfolgen, so unter anderem:

- Kauf des Artikels
- Vereinbarung eines Beratungstermins
- Aufruf einer weiteren Webseite
- Ablegen eines Produkts in den [Warenkorb](#)
- Anforderung von Informationsmaterial
- Aufforderung zu einem Anruf
- Anmeldung zu einem Newsletter
- Registrierung auf einer Webseite
- Start eines Downloads
- Aufforderung zum Weiterlesen

- Empfehlung von weiteren Produkten, Artikeln oder Seiten

Anwendungsbereiche

Eine Call-to-Action kommt in zahlreichen Bereichen zum Einsatz, z.B. bei:

- Landingpages
- Newsletter-Marketing/E-Mail-Marketing
- Webseiten
- Display-Anzeigen
- Online-Textanzeigen
- TV-Spots
- Print-Anzeigen

Gestaltung und Platzierung der Call-to-Action

Die Call-to-Action sollte immer so formuliert sein, dass sich der Konsument nicht zum Kauf gedrängt fühlt. Zudem sollte die CTA eine **Länge** von höchstens zwei Sätzen nicht überschreiten, im Idealfall enthält dieser 2-3 Wörter. Neben der kurzen Formulierung sollte sich die CTA auch optisch deutlich von der restlichen Anzeige, Website oder Landingpage **unterscheiden**, sodass der User die CTA deutlich erkennt. Im Internet kommen vor allem sogenannte **“Buttons”** zum Einsatz. Hierbei handelt es sich um beschriftete Schaltflächen, welche mit einem Klick direkt die jeweilige Aktion auslösen. Daher verfügen die Buttons über eine sehr schlichte Gestaltung und bestehen aus einem Textelement mit einem abweichenden Hintergrund.

Grundsätzlich sollte eine CTA folgende Punkte erfüllen:

- **Klar:** Jede Call-to-Action hat den **Zweck**, den User zu einer Handlung zu bewegen. Daher sollte die CTA lediglich eine Handlung beinhalten. Der Nutzen muss für den User klar sein. So zum Beispiel: „Erhalte kostenlose Updates“.
- **Spezifisch:** Die auszuführende Handlung sollte ersichtlich und **deutlich** sein. So kann die CTA beispielsweise zur Registrierung, zum Kaufen oder Spenden auffordern.
- **Einfachheit:** Der CTA sollte ein schlichtes Design und eine einfache **Formulierung** haben.

Die Platzierung der CTA muss so gewählt werden, dass die jeweilige [Zielgruppe](#) die **Werbebotschaft**

deutlich wahrnehmen und verstehen kann. Hierfür gibt es zwei Möglichkeiten: Zum einen kann die Platzierung am Anfang eines Werbemittels oder einer Website erfolgen. Zum anderen kann die Handlungsaufforderung auch am **Ende** platziert werden. Bei dieser Variante dient die CTA als Abschluss eines positiven **Eindrucks** des Users vom Produkt oder Unternehmen, das schließlich in eine Reaktion umgewandelt wird. Ein Beispiel ist “Jetzt das Produkt online kaufen!” nach einer Produktbeschreibung in einem Online-Shop.

Klickratenoptimierung mit Call-to-Action

Die Call-to-Action ist eine wichtige Maßnahme für die **Optimierung** der Meta Description, was von Suchmaschinen für das Such-Snippet in den [SERPs](#) verwendet wird. Der User entscheidet sich innerhalb von Millisekunden für ein Ergebnis, nachdem er seine **Suchanfrage** in die Suchmaschine eingegeben hat. Wenn eine CTA im [Snippet](#) enthalten ist, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der User genau dieses Ergebnis **anklickt**.

Fazit

Eine CTA ist eine Handlungsaufforderung, um eine bestimmte **Reaktion** bei den Usern zu erzeugen. Sie ist eine wichtige **Marketingmaßnahme**, die sinnvoll platziert für mehr Conversion sorgt. Die Gestaltungsmöglichkeiten, Einsatzbereiche und Ziele von CTAs sind dabei vielfältig. Allerdings muss eine CTA der Zielgruppe ohne Druck klar vermitteln, welcher Schritt nun erfolgt und welchen **Nutzen** dies für sie hat. Deshalb sollte dies eindeutig und kurz formuliert sein, um den User zur gewünschten Handlung zu **motivieren**.