



Copywriting Portfolio

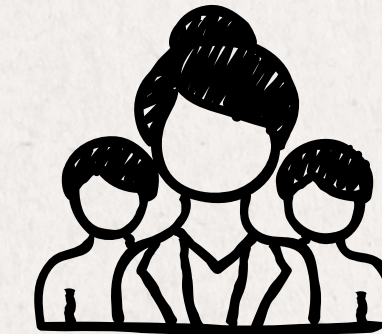
Judith Erdenberger Copywriting
für dein Fitness Business

www.kraft-wort.de

Kommt dir das bekannt vor?



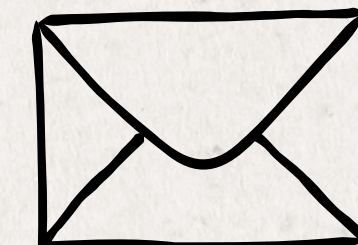
Dein Business läuft gut, doch die Anzahl deiner Kunden sollte deutlich höher sein.



Dein Engagement ist groß, doch es kostet dich viel Kraft und Zeit.



Du bildest dich fort, kennst die aktuellen Trends, doch für gute Texte bleibt kaum Raum.



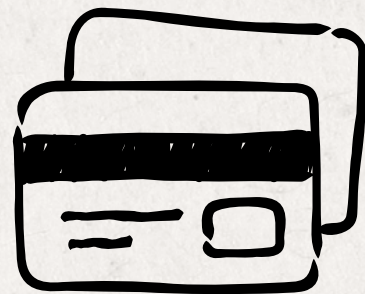
Warum Judith Erdenberger Copywriting?



Kraft kommt aus Bewegung + im Wort liegt Kraft.



Ich lasse meine Texte nach dir klingen. Sie erreichen deine Zielgruppe und holen sie ab.



Ich schreibe nicht nur Texte. Ich entwickle mit dir ein System, das dir langfristig Kunden bringt.



Ich verbinde Struktur mit Empathie. So erhältst du Texte, die wirken und nicht nur hübsch klingen.

Arbeitsprobe 1



Auftrag

Erstellung einer Landingpage für ein neues Produkt, Kundenwunsch: **Salespage**

Ausgangssituation:

- kleines Unternehmen, noch StartUp namens "VitalHealth"
- Produkteinführung „ZenVita“ für Entspannung und Wohlbefinden
- Kombination aus beruhigenden Klängen, Lichttherapie, Atemtechnik
Alleinstellungsmerkmal: einzigartige Kombination seiner Funktionen
- Grundlage: beste Elemente der Aromatherapie, Meditation und Lichttherapie
- Geld-Zurück-Garantie

Zielgruppe:

gestresste berufstätige Personen, die Entspannung von Alltag, Stress und Hektik suchen

Arbeitsprobe 1



Um was es geht

“ZenVita” - das Wellness-Gerät für zuhause.

Dein Weg zu mehr Wohlbefinden, innerer Ruhe und bestmöglicher Entspannung! Einfach, schnell und unkompliziert!

Erklär mir mehr!

Für wen “ZenVita” gedacht ist

Du suchst nach einer einfachen und bequemen Lösung für mehr Wohlbefinden? Ohne nervigen Weg in ein Wellness-Center oder kostenintensive Kurse oder Geräte? Du möchtest im Feierabend gezielt entspannen und direkt von der Wirkung profitieren? Und im Anschluss den Schlaf eines Babys schlafen? Ist das deine aktuelle Lage?

Dann ist “ZenVita” dein absolutes Must-Have!

Ja, das klingt nach mir

Was sich Kunden wünschen

Stell dir vor, du findest genau das mit nur einem einzigen Kauf! Ohne viel Schnickschnack tiefe Entspannung, innere Ruhe und einen guten Schlaf erfahren.

Das alles zu einem absolut fairen Preis.

Klingt das nicht himmlisch?

Genau was ich brauche

Arbeitsprobe 1



Überblick zu ZenVita

ZenVita bringt Entspannung und Wohlbefinden durch:

- verschiedene Funktionen, die im Gerät vereint wurden (kein anderes Produkt dieser Preisklasse auf dem Markt)
- meditative Elemente (Aroma- und Lichttherapie)
- Ansprache des Unterbewusstseins auf einer tiefen und ursprünglichen Ebene

Zusammenfassung der Produktfeatures

- Aromatherapie, sanfte Lichttherapie, beruhigende Klänge und geführte Meditationen
- Anleitungen zu Atemtechniken für Stressabbau und geistiger Klarheit
- alles im Paket enthalten, sofort startklar, keine versteckten Kosten
- inkl. leicht verständlicher Anleitung und exklusiver Aufbewahrungstasche
- Geld-zurück-Garantie
- top Preis-Leistungs-Verhältnis

Preis: nur 149,99 €

Bring mich sofort zur Buchung!

Arbeitsprobe 2



Auftrag

Erstellung einer **Verkaufsemailsequenz** (14 E-Mails) für Launch eines Online-Kurses

Ausgangssituation:

Kundin Saskia M. möchte eine Verkaufsemailsequenz zum Launch ihres Kurses "Inner Love" für mehr Selbstliebe

Launchphase/Einschreibezeit: eine Woche,
Verknappung durch Begrenzung der Teilnehmerinnenzahl auf 15 Personen

Zielgruppe:

weiblich, zwischen 20 - 30, in längerer Partnerschaft, (noch) keine Kinder, wohnt in der Nähe der Familie, angestellt in eher klassischen Berufen, pflichtbewusst, fleißig, organisiert, hilfsbereit, emphatisch, schüchterner/zurückhaltend, unsicher, Overthinker

Arbeitsprobe 2



Herausforderung:

- Zielgruppe hat schon viel probiert + wurde enttäuscht → Zweifel an erneutem Kurs
- dieser Kurs ist anders → hoher Erklärungsbedarf
- Vertrauen langsam aufbauen → dann Überleiten zu Kauf

Ziel: Interessentinnen systematisch vom ersten Kontakt bis zur Kaufentscheidung führen - ohne aggressive Verkaufsmechaniken

Strategie und Konzept:

Statt einer kurzen, druckvollen Kampagne
→ bewusste Entscheidung für eine 14-teilige Verkaufsemailsequenz

Warum?:

Weil die Zielgruppe nicht sofort kauft, sondern:

- Problembewusstsein entstehen muss
- Vertrauen aufgebaut werden muss
- Einwände schrittweise abgebaut werden müssen

Arbeitsprobe 2



Sequenz im Überblick:

Die 14-teilige Emailsequenz ist in drei strategische Phasen gegliedert, die systematisch von Problembewusstsein über Vertrauen bis zur Kaufentscheidung führen.

Phase 1: Pre-Pre-Launch – Aufmerksamkeit & Bedarf erzeugen

(Mail 1-3 an bestehenden E-Mail-Verteiler)

Fokus auf: Zielgruppe emotional abholen + für Lösung öffnen, ohne Verkaufsdruck

- Einstieg über ein zentrales Problem und Auflösung eines typischen Irrglaubens
- Erste Andeutung der Lösung, um Neugier aufzubauen
- Einblicke in das Angebot und sanfte Hinführung zur Warteliste
- Mehrfache, unaufdringliche Aufforderung zur Eintragung

Arbeitsprobe 2



Phase 2: Pre-Launch – Vertrauen und Kaufwillen aufbauen

(Mails 4-7, an Wartelisten-Interessentinnen)

Fokus auf Beziehung, Orientierung und Sicherheit:

- Wertschätzender Einstieg und Bestätigung
- Transparenz zu Ablauf und Rahmenbedingungen
- Einblicke in Inhalte und Aufbau des Angebots

Phase 3: Launch-Phase – Conversion & Abschluss

(Mail 8-14, an Wartelisten-Interessentinnen)

Fokus auf aktiven Verkauf des Angebots mit Preis, Rabatt und Verknappung:

- Nutzung von Social Proof (Testimonials) und konkreten Ergebnissen
- Vertiefte Einblicke in Inhalte und Nutzen
- Behandlung typischer Einwände (FAQ & Zweifel)
- Erhöhung der Dringlichkeit bis zur finalen Abschlusskommunikation („Last Call“).

Arbeitsprobe 2



Auszug + Analyse dreier E-Mails, beispielhaft ausgewählt:

Beispiel 1: Einstieg mit starkem Hook (Mail 1)

Betreff: kannst du dich selbst lieben?

Pre-Header: nein? vielleicht liegt es nicht an dir – sondern daran, was du bisher versucht hast

Liebe (Vorname),

denkst du gerade: „Schon wieder so ein Self-Love-

Programm ohne echten Nutzen“?

Wenn ja, dann bleib kurz hier. Ich verstehe dich sehr gut.

... ..

Warum das funktioniert:

- Einstieg adressiert direkt ein zentrales Problem der Zielgruppe
- Anstelle allgemeiner Einleitung wird sofort emotionale Relevanz erzeugt

Ziel der E-Mail:

Leser sollen sich wiedererkennen und weiterlesen – nicht kaufen.

Arbeitsprobe 2



Beispiel 2: Terminverkündung & Orientierung (Mail 5)

Betreff: Du kannst dabei sein!

Pre-Header: Bald startet dein Projekt für dich selbst

„Liebe (Vorname),

heute möchte ich dir etwas Wichtiges mitteilen. Der Start des
Kurses „Inner Love“ steht fest.

Und ich freue mich sehr, dir den Zeitrahmen nennen zu können:

👉 Vom 16.6. bis 21.06. (18 Uhr) ist der Eintrag in den Kurs
möglich.

👉 Der Kurs selbst startet dann am 22.06.

Warum das funktioniert:

- Schafft Klarheit über Zeitpunkt, Ablauf und nächste Schritte
- Reduziert Unsicherheit und erhöht die mentale Verbindlichkeit

Ziel der E-Mail:

Mit konkreten Informationen Orientierung schaffen, durch Ankündigung gezielt Spannung und Vorfreude aufbauen.

Arbeitsprobe 2



Beispiel 3: Einwandbehandlung (Mail 11)

Betreff: Darf ich ehrlich auf deine Gedanken antworten?

Pre-Header: Drei Fragen, die sich viele stellen – vielleicht auch du

Liebe (Vorname),

in den letzten Tagen haben mich ein paar Fragen erreicht. Es scheinen genau die Gedanken zu sein, die viele Frauen an diesem Punkt haben. Vielleicht erkennst du dich in der einen oder anderen wieder. Daher möchte ich dich heute daran teilhaben lassen

Warum das funktioniert:

- Typischer innerer Widerstand wird offen angesprochen
- Leser fühlen sich verstanden, nicht überredet

Ziel der E-Mail:

Unsicherheiten sollen abgebaut werden, ohne Druck zu erzeugen.

Arbeitsprobe 2



Ziel dieser Sequenz:

nachhaltige Conversion,

basierend auf

- Verständnis statt Belehrung
- Vertrauen statt Druck
- klarer Positionierung
- strategischer Einwandbehandlung

Mein Beitrag hier:

- Konzeption des Story-Tellings für die Sequenz
- Entwicklung der Copy entlang der Story
- strategischer Aufbau von Vertrauen, Bedarf und Kaufbereitschaft

Auf meine Beispielen bezogen:

- Mail 1 (Hook) → Aufmerksamkeit & Relevanz
- Mail 5 (Termin) → Struktur, Führung & Conversion-Vorbereitung
- Mail 11 (Einwände) → Verkaufspsychologie & Abschlussstärke

Arbeitsprobe 3



Auftrag

Bewerbung eines Kochkurses für Singles, Kundenwunsch:

Postsequenz auf Instagram zur Cold Traffic Ansprache + eine **Ad**

Ausgangssituation:

Kochkurs bewerben, der sowohl Know-How vermitteln als auch Menschen zusammen bringen soll

Zielgruppe:

Singles mit geringer Motivation alleine zu kochen

Ziel:

Aufmerksamkeit erzeugen und starke Identifikation schaffen – ohne direkt zu verkaufen

Strategie und Konzept:

- Aufbau nach dem AIDA-Prinzip, bewusst ohne direkte Verkaufsbotschaft, da an Cold Traffic gerichtet
- Einstieg über Alltagssituation (hohe Wiedererkennung)
- emotionale Verstärkung statt Fakten
- offene Schleife („Bleib dran“) für weitere Posts

Arbeitsprobe 3



Mock-Up des Instagram Karussell-Posts (Teil der Postsequenz) für Cold Traffic (nach AIDA),
Reihenfolge von links nach rechts = sechs Slides für einen Post

Ziel: Aufmerksamkeit & Identifikation

Dieser Post ist Teil einer 7-wöchigen Content-Strategie (für Cold, Warm + Hot Traffic)

- Woche 1-3: Problem- & Awareness-Phase
- Woche 4-6: Vertrauensaufbau
- Woche 7: Conversion

<p>Kochst du eigentlich gerne... aber hast keine Lust, nur für dich zu kochen?</p> 	<p>Du stehst in der Küche, überlegst kurz... und am Ende wird's doch wieder irgendwas Schnelles.</p>	<p>Nicht, weil du nicht kochen kannst. Sondern weil es sich für eine Person einfach kaum lohnt.</p> 
<p>Und irgendwie fehlt auch der Spaß dabei, oder? Was, wenn genau das der Grund ist, warum so viele Singles kaum noch kochen?</p> 	<p>Vielleicht geht es gar nicht ums Kochen... sondern darum, mit wem du es machst.</p>	<p>Wenn du dich hier wiederer kennst: Bleib dran! Wir zeigen dir in den nächsten Tagen eine Lösung, die mehr verändert als nur dein Abendessen.</p> 

Arbeitsprobe 3



Bewerbung über Ad mit Primärtext, Grafiktext und Call-to-Action

(Grafik vom Kunden)

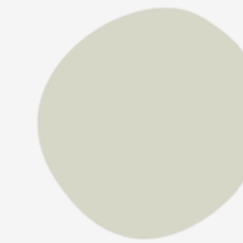
Primärtext (kürzere Variante):

Neue Leute kennenlernen – ohne Dating-Stress?

Beim gemeinsamen Kochen geht das ganz von selbst.

In unserem Kochkurs für Singles triffst du Menschen, denen es genauso geht wie dir.

Locker. Echt. Ohne Druck.



Allein kochen
macht einfach
keinen Spaß.

Deshalb lassen es viele ganz.



Stell dir vor,
das ändert
sich.

➔ **Jetzt deinen
Platz im
Kochkurs für
Singles
sichern.**

Arbeitsprobe 3



Bewerbung über Ad mit Primärtext, Grafiktext und Call-to-Action

(Grafik vom Kunden)

Primärtext (längere Variante):

Kochst du eigentlich gerne... aber hast keine Lust, nur für dich zu kochen?

Du stehst in der Küche, überlegst kurz - und am Ende wird's doch wieder irgendwas Schnelles. Nicht, weil du nicht kochen kannst. Sondern weil es sich allein einfach nicht lohnt.

Stell dir vor, das ändert sich.

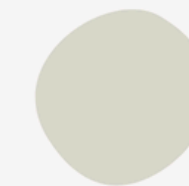
👉 Du kochst einfache, richtig

gute Gerichte

👉 triffst andere Singles

👉 und hast wieder Spaß dabei

Locker. Echt. Ohne Druck.



Allein kochen macht einfach keinen Spaß.

Deshalb lassen es viele ganz.



Stell dir vor, das ändert sich.

👉 Jetzt deinen Platz im Kochkurs für Singles sichern.

Meine Services, meine Preise



Pakete

Zehn Ads + eine Willkommensemailsequenz (fünfteilig)

Preis: ab 1.100€
(netto)

Eine Salespage + eine Verkaufsemailsequenz (14-teilig)

Preis: ab 2.200€
(netto)

Eine Verkaufsemailsequenz (14-teilig) + Posts für Social Media (Umfang: 9-23 Posts je nach Kampagnenbedarf)

Preis: ab 2.000€
(netto)

*Hier komme ich
direkt zur Buchung*

einzelne Lösungen

Landingpage nach Kundenwunsch

Preis: ab 900€
(netto)

Verkaufsemailsequenz (14-teilig)

Preis: ab 1.300€
(netto)

Willkommensemailsequenz (fünfteilig)

Preis: ab 700€
(netto)

Post / Ads

Preis: ab 400€
(netto)



Ablauf unserer Zusammenarbeit



Mein Werdegang und ein paar Facts über mich



Durch meine Ausbildung und Erfahrungen in einer der größten deutschen Buchhandlungen habe ich mein Gespür für Sprache und Texte geschärft.

Mein Ingenieurstudium steht für analytisches Denken und Struktur, meine Zeit als Filialleiterin für Verantwortung, Organisation und klare Kommunikation.

Heute verbinde ich all das im Copywriting - mit Fokus auf Solo-Selbstständige im Fitnessbereich.

Ausgleich finde ich im Sport, beim Musizieren, mit meinen Hunden und in der Gartengestaltung - meine Quellen für neue Ideen und Kreativität.

Ich arbeite strategisch und kreativ zugleich, setze auf Klarheit statt Floskeln und schreibe Texte, die deine Kunden wirklich erreichen.

Ach ja, ich bin Jahrgang '79 und verheiratet





Lehn´ dich
zurück und
vereinbare jetzt
dein
Erstgespräch!

Ja, ich will jetzt buchen

juditherdenberger@kraft-wort.de

www.kraft-wort.de



IMPRESSUM

Angaben gemäß § 5 TMG

Inhaberin:

Judith Erdenberger

Eschenweg 10

63452 Hanau

Kontakt:

Tel.: +49 151 56875223

E-Mail: juditherdenberger@kraft-wort.de

Unternehmen:

Einzelunternehmen – Judith Erdenberger, Copywriterin

Wirtschafts-Identifikationsnummer gemäß § 139c AO: DE459568415

Verantwortlich für den Inhalt nach § 18 Abs. 2 MStV:

Judith Erdenberger

Eschenweg 10

63452 Hanau

