You see what you get – Klarheit statt Marketing-Blabla

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 7. Februar 2026



You see what you get – Klarheit statt Marketing-Blabla

Wenn du beim nächsten Buzzword-Gewitter im Marketing-Meeting wieder denkst, „Was zur Hölle reden die da eigentlich?“, dann bist du hier genau richtig. Schluss mit Storytelling-Gefasel, Purpose-Gelaber und KPI-Nebelkerzen. Es ist Zeit für Klartext: Online-Marketing braucht keine Worthülsen, sondern Substanz, Technik und Strategie. In diesem Artikel zerlegen wir das Bullshit-

Bingo der Branche und zeigen dir, wie du mit Klarheit, Struktur und echtem Know-how mehr erreichst als mit jedem LinkedIn-Post über „Authentizität“.

- Warum „You see what you get“ mehr Conversion bringt als jeder Purpose-Claim
- Wie Marketing-Blabla deine Marke killt – und warum es trotzdem alle machen
- Die psychologischen Effekte klarer Kommunikation im Online-Marketing
- Technologien, Tools und Prozesse für transparente Marketingstrategien
- Warum UX, UI und Content-Design endlich wieder Klartext sprechen müssen
- Schritt-für-Schritt: So baust du eine Marketing-Architektur ohne Bullshit
- Die besten Beispiele für klares, technikgetriebenes Marketing
- Wen du nicht beauftragen solltest – und woran du Blender erkennst

Klartext statt Buzzwords – warum „You see what you get“ funktioniert

Im Dschungel aus Pitches, Claims und Vision-Statements ist eine Sache zur Mangelware geworden: Wahrheit. Echte, überprüfbare, funktionale Wahrheit. „You see what you get“ ist das genaue Gegenteil vom modernen Marketing-Geblubber, das sich in Worthülsen und Image-Fabriken suhlt. Während andere noch über Markenidentitäten, Touchpoints und Purpose debattieren, holt ein klarer, technischer Auftritt die Leads, die Zahlen und die Loyalität.

Was bedeutet das konkret? Ein User kommt auf deine Seite. Innerhalb von Sekunden entscheidet er, ob er bleibt oder abspringt. Diese Entscheidung basiert nicht auf deinem CEO-Zitat auf der Startseite oder auf deinem Diversity-Statement im Footer. Sie basiert auf Klarheit: Versteht der User sofort, was du anbietest? Wie er es bekommt? Was es kostet? Und was es ihm bringt? Wenn du das technisch, visuell und sprachlich in den Griff bekommst, brauchst du keinen „emotionalen Funnel“ mehr – du hast Conversion.

Statt also weiter auf nebulöse „Markenreisen“ zu setzen, sollten sich Unternehmen fragen: Ist unsere Kommunikation klar? Ist unser Interface logisch? Ist unsere Struktur nachvollziehbar? Und vor allem: Ist unser Marketing ein Spiegel unseres tatsächlichen Angebots – oder nur ein Nebelvorhang für ein mittelmäßiges Produkt?

„You see what you get“ ist kein Designtrend. Es ist eine Haltung. Und es ist die einzige, die in einer Welt voller algorithmischer Entscheidungen, automatisierter Prozesse und digitaler Reizüberflutung langfristig funktioniert. Wer heute noch glaubt, dass ein fancy Hero-Video besser konvertiert als eine klare Produktübersicht mit Preisangabe, hat das Spiel nicht verstanden. Oder spielt bewusst mit gezinkten Karten.

Marketing-Blabla als Conversion-Killer – und warum es trotzdem jeder macht

Warum also halten Unternehmen am Blabla fest? Warum wird jedes zweite Produkt zum „Gamechanger“, jede Dienstleistung zur „End-to-End-Lösung“ und jede Agentur zur „strategischen Wachstums-Partnerin“? Die Antwort ist einfach: Unsicherheit. Wer keine klare Leistung bieten kann oder will, versteckt sich hinter Worthülsen. Sprache wird zur Rüstung – nicht zur Brücke.

Das Problem: Nutzer sind nicht dumm. Sie durchschauen die Show. Vielleicht nicht bewusst, aber unterbewusst. Studien zur kognitiven Verarbeitung zeigen, dass Menschen in Sekundenbruchteilen erkennen, ob eine Website „echt“ wirkt – oder eben nicht. Und nichts schreit lauter nach Fake als ein CTA mit „Let’s co-create your digital future“.

Blabla ist bequem. Es klingt wichtig. Es kaschiert Schwächen. Aber es ist auch gefährlich. Denn es senkt die Conversion-Rate, erhöht die Absprungrate, reduziert die Verweildauer und verunsichert Nutzer. Besonders im B2B-Bereich, wo Entscheidungen auf Fakten, Klarheit und Vertrauen basieren, ist Marketing-Blabla ein toxischer Mix aus Selbstüberschätzung und Realitätsverlust.

Das Bittere: Viele Marketer merken es nicht mal. Sie feiern ihre Kampagnen, weil sie „emotional“ sind. Sie messen Likes statt Leads. Und sie glauben, dass Awareness ein Erfolg ist – auch wenn der Umsatz stagniert. Die Wahrheit ist: Wer Kunden mit Klartext anspricht, gewinnt schneller ihr Vertrauen. Und Vertrauen konvertiert besser als jedes Branding-Feuerwerk.

Technische Klarheit: Warum UX, UI und Content-Architektur den Unterschied machen

Technische Klarheit beginnt nicht bei der Sprache – sie beginnt bei der Struktur. Eine saubere Informationsarchitektur, klare Navigationspfade, logische Button-Beschriftungen und reduzierte UI-Komponenten machen mehr für deine Conversion als jede „About us“-Seite mit Vision-Overkill. Wer seine Nutzerführung wie ein Escape Room gestaltet, in dem man sich durch fünf Submenüs klicken muss, um ein Produkt zu finden, hat keine Usability-Probleme – er hat ein Geschäftsmodellproblem.

UX ist nicht Design. UX ist Psychologie. Es geht darum, wie ein Nutzer denkt, fühlt und handelt. Und das funktioniert nur dann reibungslos, wenn alles auf der Seite selbsterklärend ist. „You see what you get“ bedeutet: Keine versteckten Preise. Kein unverständlicher Fachjargon. Keine CTA-Kaskaden mit

„Jetzt informieren“, „Mehr erfahren“ und „Demnächst verfügbar“ – sondern ein klarer Button mit „Jetzt kaufen“. Punkt.

Technisch gesehen bedeutet das auch: sauberes Markup, sinnvolle HTML-Strukturen, semantische Tags, nachvollziehbare URL-Logik und performantes Frontend. Wenn deine Seite fünf Sekunden zum Laden braucht, weil du 15 Skripte für ein animiertes Menü lädst, dann hast du kein Designproblem – sondern ein Conversion-Fiasko.

Tools wie Hotjar, Microsoft Clarity oder FullStory können dir zeigen, wo Nutzer abspringen. Aber sie helfen dir nicht, wenn du nicht bereit bist, das Problem zu benennen: Deine Seite ist zu kompliziert. Zu unklar. Zu verkopft. Die Lösung? Radikale Vereinfachung. Weniger Show, mehr Substanz. Weniger „Wow!“, mehr „Aha!“.

Tools und Frameworks für transparente Kommunikation im Online-Marketing

Du willst raus aus dem Blabla-Modus und rein in eine daten- und performancegetriebene Kommunikation? Dann brauchst du die richtigen Werkzeuge. Und nein, Canva zählt nicht. Hier sind die Tools, die dir wirklich helfen, Klarheit zu erzeugen – technisch, visuell und strukturell.

- Google Search Console: Zeigt, was indexiert wird – und was nicht. Wer SEO betreibt, ohne GSC zu nutzen, hat den Schuss nicht gehört.
- Screaming Frog: Findet strukturelle Probleme, fehlerhafte Canonicals, kaputte Links und zeigt, ob deine Inhalte technisch greifbar sind.
- Hotjar / Clarity: Visualisiere Userverhalten. Wie bewegen sich Nutzer durch deine Seite? Wo brechen sie ab? Und warum?
- WebPageTest / Lighthouse: Performance-Analyse. Denn Klarheit heißt auch: Ladezeit unter 2 Sekunden. Alles darüber ist 1999.
- Figma / UXPin: Prototyping und Interface-Design – aber bitte mit System. Kein Pixel-Schubsen ohne Struktur.

Frameworks wie Atomic Design helfen dir, Komponenten modular und wiederverwendbar zu gestalten. Design Tokens sorgen für Konsistenz im Frontend. Und Tools wie Storybook bringen Ordnung in dein UI-Chaos. Wer Technik ignoriert, weil er sich auf „Emotionen“ konzentriert, hat Marketing im Jahr 2025 nicht verstanden. Es geht nicht um Gefühle. Es geht um Relevanz. Und die ist messbar.

Schritt-für-Schritt: So

entwickelst du eine Marketingstrategie ohne Bullshit

Du willst raus aus dem Nebel? Hier ist dein klarer Fahrplan:

1. Produkt verstehen: Was bietest du an? Für wen? Und warum? Kein Buzzword erlaubt.
2. Zielgruppe definieren: Nicht „Digital Natives“, sondern echte Personas mit Bedürfnissen, Budgets und Entscheidungswegen.
3. Content-Architektur planen: Welche Botschaft an welcher Stelle? Welche Struktur bringt den Nutzer zum Ziel?
4. UX & UI entwerfen: Klar, funktional, barrierefrei. Kein Schnickschnack. Kein Karussell mit fünf CTAs.
5. Technisch sauber umsetzen: Sauberes HTML, performanter Code, semantische Struktur, SEO-ready.
6. Testen und iterieren: Mit echten Daten. Nicht mit Meinungen im Team-Call.
7. Monitoring installieren: Tools wie GA4, GSC, Clarity, Lighthouse. Ohne Messung kein Fortschritt.

Das Ziel ist nicht „schön“. Das Ziel ist: verständlich, schnell, auffindbar – und konvertierend. Wer das schafft, braucht kein Purpose-Manifest mehr. Der liefert einfach Ergebnisse.

Fazit: Klarheit ist das neue Marketing

„You see what you get“ ist kein Trend. Es ist der einzige Weg, wie Marketing im Jahr 2025 noch funktioniert. Nutzer wollen keine Geschichten mehr hören – sie wollen Lösungen. Und sie wollen sie jetzt, verständlich, transparent und technisch sauber präsentiert. Alles andere ist Zeitverschwendung. Für dich. Für den User. Für das Internet.

Wenn du also das nächste Mal an deinem tollen Claim feilst oder ein neues „Mission Statement“ formulieren willst, frag dich lieber: Kann der User in 5 Sekunden verstehen, was wir tun – und warum er bleiben sollte? Wenn die Antwort Nein ist, brauchst du kein Rebranding. Du brauchst Klarheit. Und das ist die härteste, aber ehrlichste Währung im Online-Marketing.