

Hero-Section-Bauplan

Aufbau, Headline-Formel, CTA-Platzierung und die drei häufigsten Fehler — auf einer Seite.

Pflicht-Elemente der Hero-Section

- ☐ **Headline: 5–12 Wörter, konkretes Ergebnis/Nutzen**
Formel: [Ergebnis] + [Für wen] + [Wie/Differenzierung]
- ☐ **Subline: 1–2 Sätze, die die Headline stützen**
Erklärt das Wie oder räumt den größten Einwand aus
- ☐ **Primary CTA: klarer Handlungsauf Ruf mit Verb**
Angebot anfordern, Kostenlos starten — nie Mehr erfahren als einziger CTA
- ☐ **Optional: Secondary CTA (z. B. Demo ansehen, Referenzen)**
- ☐ **Trust-Element (Logo-Leiste, Bewertung, Zertifikat)**
- ☐ **Visuelles Element (Bild, Video, Illustration, Product Shot)**

Layout-Optionen

- ☐ **50/50 Split: Text links, Bild rechts (Standard für SaaS/B2B)**
- ☐ **Zentriert: Headline + CTA zentriert, Bild darunter (für einfache Produkte)**
- ☐ **Full-Width-Bild/Video: Text als Overlay (für visuelle Marken)**
- ☐ **Asymmetrisch: Text nimmt 60 %, Bild 40 % (für Text-lastige Heros)**

Die 3 häufigsten Hero-Fehler

- ☐ **❶ Headline sagt Willkommen statt einen Nutzen**
Willkommen bei XY verschwendet die wertvollste Zeile der Website
- ☐ **❷ Kein CTA im sichtbaren Bereich (Above the Fold)**
- ☐ **❸ Stock-Foto ohne Bezug zum Produkt**
Lieber ein echtes Produktfoto oder gar kein Bild als ein generisches Handshake-Foto

Selbsttest

- ☐ **Versteht ein Erstbesucher in 5 Sekunden, was du anbietest?**
- ☐ **Ist der nächste Schritt (CTA) offensichtlich?**
- ☐ **Funktioniert der Hero auf Mobile genauso gut? (CTA sichtbar, Bild skaliert)**

Quelle: Ostend Academy Webdesign-Kurs, Modul 2: Seiten designen · ostend.digital/webdesign-kurs