



Entwicklung und Kommunikation

Texten fürs Web – Gute Online-Texte schreiben und gelesen werden

FLIB Anwendertag 2023

Agenda

- Lesetechniken im Web
- Userorientiert schreiben – inhaltlich
- Userorientiert schreiben – formal
 - 3 Ebenen eines guten Online-Textes
 - Titeln und Teasern
- Ihre Fragen zum Texten fürs Web

Online lesen wir anders als offline.

Wie wird online gelesen?

Skimmen

- „abschöpfen“, „überfliegen“
- Orientierung sammeln, worum es im Text geht; erste Leseindrücke
- Was verrät das Layout über den Inhalt?
Welche Worte tauchen häufig auf?

Scannen

- „abtasten“, „durchsuchen“
- Suche nach bestimmten Informationen
- Gezielte Suchbewegungen nach Schlagwörtern, Schlüsselbegriffen

**In der Fülle der Angebote schnell an
relevante Informationen gelangen**

Wie schreiben wir also?

Userorientiert und suchmaschinenoptimiert (SEO)

Leitfragen vor dem Schreiben:

1. Was ist mein Thema?
2. Für wen schreibe ich?
3. Welche Relevanz hat mein Thema für meine Zielgruppe? → Wonach sucht sie?
Daraus das Keyword ableiten

Such-Intentionen nach Google:

- Know Suchen
- Do Suchen
- Website Suchen
- Visit-In-Person Suchen
- Multi Intent Suchen

Die 3 Ebenen eines guten Online-Textes

Layout

- klare Gliederung
- Absätze nicht länger als 150 Worte
- Zwischenüberschriften (Überschriftenhierarchie beachten!)
- FLIB-Elemente nutzen (Listen, Grafiken, Highlights)

Satzebene

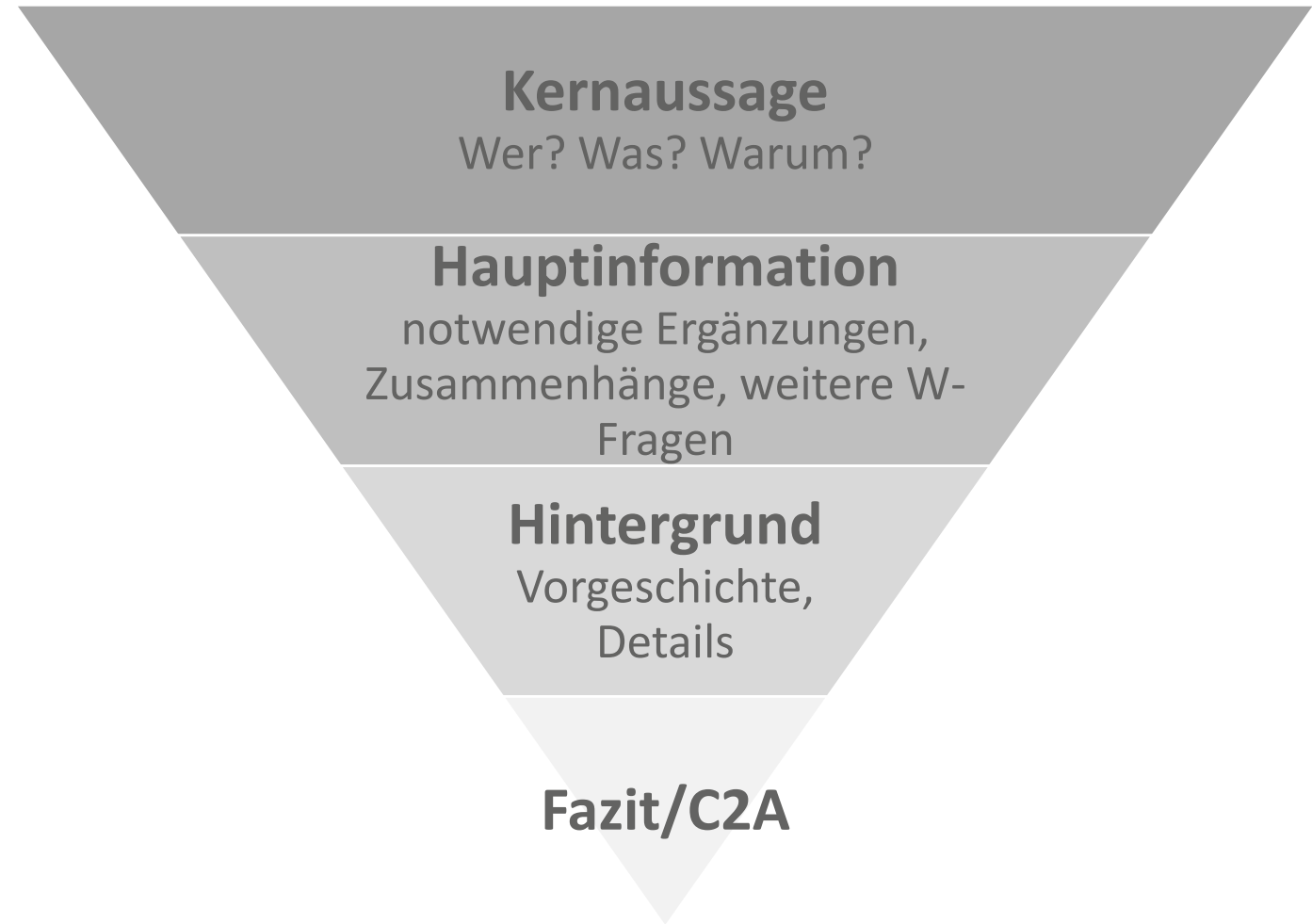
- Kurze Sätze
- Grammatikalisch einfach
- Satzbezüge herstellen

Wortebene

- Aktive Sprache
- Klar, verständlich und präzise
- Keyword(s) bewusst einsetzen
- Keine Füllwörter, Synonyme und Nominalkonstruktionen

Ebene 1: Layout

- klare Gliederung, roter Faden
→ Umgekehrte Pyramide
- Absätze nicht länger als 150 Worte
- Zwischenüberschriften
→ Überschriftenhierarchie beachten!
- FLIB-Elemente nutzen (Listen, Grafiken, Highlights, ...)



Ebene 2: Satz

- **Kurze Sätze**
 - maximal 15-17 Worte pro Satz
- Grammatikalisch einfache Konstruktionen, Schachtelsätze auflösen
- Eindeutige Satzbezüge herstellen
 - Konnektoren verwenden (da, weil, aber, obwohl)

Ebene 3: Wort

- **Aktive Sprache**
- Klar, verständlich und präzise formulieren
- **Keyword(s) bewusst einsetzen**
- Starke Verben nutzen
- Fachbegriffe sparsam einsetzen und erklären

Vermeiden:

- Adjektive
- Nominalisierungen
- Füllwörter (auch, doch, schon, etwa, eigentlich, wohl)
- Synonyme
 - Niemand sucht „Domstadt“, aber immer „Paderborn“
- Modewörter
- Floskeln und Redewendungen
- Abkürzungen

Titeln und Teasern

Titel

„Hier ist der Inhalt, nach dem du suchst!“

So informierend wie möglich, ohne alles zu verraten

Keywords müssen drin sein

- Kein Clickbaiting
- Keine Text-Titel-Schere
- Kein Zitat ohne Kontext

Teaser

Der Teaser ist nicht der erste Absatz!

Nicht länger als 300 Zeichen

Zwei Varianten:

- Informativ (Kernbotschaft des Textes; beantwortet einige W-Fragen)
- Reiz-These-Rampe (Neugier, Emotion; ein zentraler Inhalt; führt Lesende in den Text hinein)

Ihre Fragen zum Texten fürs Web