HOW-TO: WIE SCHREIBE ICH FÜRS WEB?

Veröffentlicht am 8. Juli 2013 von Isabella

Wenn Sie selbst Texte fürs Web verfassen möchten, muss Ihnen klar sein, dass sich diese grundlegend von anderen Texten (z.B. für Printmedien) unterscheiden. **Werbesprache** und **Floskeln** bringen Sie hier nicht weiter. Beobachten Sie einmal Ihr eigenes **Leseverhalten** im Internet: Lesen Sie wirklich jeden Text genau durch? Normalerweile "scannt" der Leser die Webtexte lediglich. Man achtet dabei auf **Überschriften**, **Fettgedrucktes** und **Listen**. Hier geht es um Sekunden: Sind diese Inhalte nicht relevant, verlässt man die Seite sehr schnell wieder. Das geht online noch viel zügiger, denn das Lesen am Bildschirm ist wesentlich anstrengender als auf Papier. Unabhängig von der Suchmaschinenoptimierung, die weitere Anforderungen an den Text stellt, gibt es einige wichtige **Grundsätze**, die man beherzigen sollte.

Wie also lauten die Spielregeln für das Texten im Web?

- Die wichtigsten Informationen und Ideen kommen direkt an den Anfang: Texte werden oft nur angelesen, die ersten Sätze entscheiden, ob weitergelesen wird. Die wichtigsten Fragen: **Wer? Was? Wie? Warum?**
- Klare und beschreibende Titel für die Seiten und Überschriften in den Texten verwenden
- Fachbegriffe erklären (im Text, nicht in Fußnoten!)
- klar und einfach schreiben (nicht versuchen, Spannung aufzubauen)
- keine zu komplexen Sätze verwenden

Jede Seite Ihrer Webseite **muss für sich alleine stehen können**, da der Nutzer auf jede Seite zuerst gelangen kann. Inhalte statt Floskeln - ein weiterer wichtiger Grundsatz. Der Webtext muss also kurz und knappgehalten sein, die Information möglichst knapp in einem möglichst kurzen Text verpackt. Er muss **"scanbar"** sein, denn der Leser liest gar nicht, sondern "scannt" den Text nur nach wichtigen Informationen ab. Ein Webtext muss **sachlich** sein - Füllworte, Floskeln und Marketingsprache sind hier fehl am Platz, denn sie stören den Web-Leser nur. Bedenken Sie stets, dass man den Webtext hier klar von Broschüren und anderen Print-Produkten unterscheiden muss.