

Ekkehard Schmider

# Handbuch für Webtexter

So schreiben Sie fürs Internet

Mit 89 durchgehend farbigen Abbildungen



Springer

# Inhaltsverzeichnis

1	WebUsability.....	1
1.1	Auf die Perspektive kommt es an.....	1
1.2	Nutzwert ist mehr als viele denken.....	2
1.2.1	Nutzen beginnt beim Suchen.....	8
1.2.2	Die Kernaussage sollte die Frage „wozu?“ beantworten.....	8
1.2.3	Unternehmensfarben und klare Kontraste schaffen Ordnung.....	9
1.2.4	Die Navigationsleiste erlaubt strategischen Zugriff.....	9
1.2.5	Blickfänge mit Schlüsselbegriffen führen intuitiv zum Ziel.....	9
1.2.6	Verständliche Begriffe wirken schneller.....	10
1.2.7	Kurze Wege, klare Handlungsaufforderungen . . . .	10
1.2.8	Gebrochene Versprechen erschüttern das Vertrauen.....	10
1.2.9	Handlungsalternativen puffern technische Fehler	10
1.3	Im Vordergrund steht der User.....	11
1.4	Das Web ist kein Selbstzweck.....	12
1.5	Definieren Sie Ihre Kommunikationsziele.....	12
1.5.1	Was ist ein klares Ziel?.....	13
1.5.2	Schreiben Sie Ihre Ziele auf.....	14
1.5.3	Messen Sie Ihren Erfolg.....	14
1.5.4	Verbessern Sie Ihre Site kontinuierlich.....	15
1.6	Wann ist eine Site surfbar?.....	15
1.6.1	Namen öffnen Türen - die Wahl der Domain . . . .	16
1.6.2	Bringen Sie Ihre Kommunikation auf den Punkt	16
1.6.3	Optimieren Sie Navigation und Systemeinstellungen.....	17
1.6.4	Reduzieren Sie Ihre Dateigrößen auf das Minimum.....	17

1.7	Kommunizieren Sie einen klaren Nutzen.....	18
1.7.1	Die Drei-Sekunden-Regel.....	19
1.7.2	Wählen Sie deutliche Worte.....	19
1.7.3	Lenken Sie die Aufmerksamkeit.....	20
1.8	Das Wichtigste kommt immer zuerst.....	21
1.8.1	Was ist wesentlich für Ihre Botschaft?.....	21
1.8.2	Denken Sie an alle Zielgruppen Ihrer Site.....	22
1.9	Spielereien: Anregung oder Überfrachtung?.....	23
1.9.1	Welche Zielgruppen erwarten welchen Unterhaltungswert?.....	24
1.9.2	Plug-ins - muss das sein?.....	25
1.10	Welche Bildschirmgröße ist optimal?.....	26
1.10.1	Beschränken Sie sich auf den sichtbaren Bildschirmbereich.....	27
<b>2</b>	<b>Web Design.....</b>	<b>29</b>
2.1	Klarheit vor Verspieltheit.....	29
2.2	Reduktion auf das Wesentliche.....	29
2.3	Schnelligkeit und intuitive Benutzerführung.....	31
2.4	Die Drei-Mausklicks-Regel.....	32
2.5	Der Trend geht weg von Frames.....	33
2.6	Verfeinern Sie das Schriftbild.....	35
2.6.1	Wählen Sie geeignete Schriften.....	35
2.6.2	Passen Sie den Zeilenabstand der Schriftgröße an	36
2.6.3	Begrenzen Sie die Zeilenlänge.....	37
2.6.4	Je weniger Vielfalt, desto klarer die Darstellung ...	37
2.7	Die reduzierte Web-Cl.....	38
2.7.1	Die Farben im Web.....	38
2.7.2	Wo ist denn das Logo?.....	39
2.8	Schlüsselbegriffe im Web.....	40
2.9	Gestalteter Content.....	41
2.9.1	Passt das Layout noch zum Content?.....	42
2.9.2	Führen Sie den User nicht in die Irre.....	43
2.9.3	Sorgen Sie für ein gesundes Wort-Bild-Verhältnis	43
<b>3</b>	<b>Webtext.....</b>	<b>45</b>
3.1	Ihr wichtigstes Ziel heißt Vertrauen schaffen.....	45
3.2	Schreiben Sie nutzenorientiert.....	46
3.3	Wenden Sie Gliederungsmodelle an.....	49
3.3.1	Profitieren Sie von der AIDA-Formel.....	49
3.3.2	KISS für Ihre Texte.....	53
3.3.3	Sind Ihre Botschaften NNA?.....	55

3.4	Der passende Stil für Ihre Site.....	57
3.4.1	Schreiben Sie aktiv.....	58
3.4.2	Setzen Sie Fachausdrücke gezielt ein.....	68
3.4.3	Vermeiden Sie Fremdwörter.....	69
3.4.4	Weg mit den Floskeln.....	69
3.4.5	Do you speak English?.....	69
3.4.6	Partizipien reduzieren Tätigkeitswörter.....	70
3.4.7	Schränken Sie sich nicht ein.....	71
3.4.8	Vermeiden sie Füllwörter.....	71
3.4.9	Ersetzen, begründen und belegen Sie Worthülsen	72
3.5	Vorsicht vor Randgruppensprache.....	74
3.6	Abkürzungen werden zu Umleitungen.....	77
3.7	Wie lang sind Ihre Sätze?.....	78
3.8	Etwas Zeichenlehre fürs Web.....	79
3.8.1	Ausrufezeichen - je weniger, desto wirkungsvoller	80
3.8.2	Mit Pünktchen punkten Sie nicht.....	80
3.8.3	In Klammern nebenbei gesagt?.....	81
3.8.4	Schwammig: der Schrägstrich.....	81
3.9	Positiv denken, positiv schreiben.....	82
3.9.1	Entdecken Sie Chancen für sich und Ihre User . . .	82
3.9.2	Sagen Sie's positiv.....	83
3.9.3	Das Wort „aber“ verwandeln Sie in „und“.....	83
3.10	Die Kunst, Geschichten zu erzählen.....	85
3.10.1	Lassen Sie Personen sprechen.....	86
3.10.2	Metaphern, Bilder und Metonyme beleben Ihren Text.....	87
3.11	Sprechen Sie Ihre Leser persönlich an.....	88
3.12	Nicht jeder Witz ist lustig.....	89
3.13	Bleiben Sie authentisch.....	89
3.14	Lesen und verstehen im Internet.....	90
3.14.1	Lesen im Web ist schwieriger.....	90
3.14.2	User springen von Stichwort zu Stichwort.....	91
3.14.3	Gliedern Sie übersichtlich.....	92
3.14.4	Kleine Häppchen schmecken besser.....	93
3.14.5	Arbeiten Sie Ihre Überschriften sorgfältig aus . . .	94
3.14.6	Nutzen Sie Hyperlinks.....	97
3.15	Präsentieren Sie Ihre Texte mit Pfiff.....	99
3.15.1	Klare Strukturen versprechen Prägnanz.....	99
3.15.2	Kontrastierende Farben werden schneller erfasst	99
3.15.3	Gemischtschreibung statt Großbuchstaben . . . . .	100
3.16	So stellen Sie Ihre Texte fürs Web bereit.....	101
3.16.1	Kodieren Sie Umlaute richtig.....	101
3.16.2	Verwenden Sie logische Formatierungen.....	102

<b>4</b>	<b>Webzielgruppen</b>	103
4.1	Jeder erreicht Ihre Site	103
4.2	Offenheit gehört zum Internet	104
4.2.1	Was dürfen Ihre Wettbewerber sehen?	105
4.2.2	Was erwarten Ihre Kunden von Ihrem Webauftritt?	105
4.2.3	Was wollen Interessenten sehen?	106
4.2.4	Was interessiert potenzielle Bewerber?	107
4.2.5	Wonach suchen Ihre Mitarbeiter?	108
4.2.6	Kollegen gewinnen einen schnellen Überblick	109
4.2.7	Welche Informationen bieten Anlegern einen Mehrwert?	109
4.2.8	Was möchten Sie Meinungsmultiplikatoren anbieten?	111
4.2.9	Journalisten brauchen Ihre Unterstützung	111
4.3	Segmentieren Sie Ihre Zielgruppen	113
4.4	Analysieren Sie den Bedarf	118
4.4.1	Prüfen Sie die Erwartungshaltung	119
4.5	Motivieren Sie Ihre Zielgruppen	120
4.5.1	Pull- und Push-Techniken	120
4.5.2	Push mit Erlaubnis: Permission E-Marketing	121
4.6	Steuern Sie den Zugriff	125
4.6.1	Das Internet ist nicht anonym	125
4.6.2	Ein Intranet erleichtert großen Firmen die Kommunikation	126
4.6.3	Das Extranet vereinfacht Geschäftsprozesse	127
4.7	Messen Sie den Erfolg Ihrer Texte nach Zielgruppen	129
4.7.1	Lesen Sie zwischen den Zeilen Ihrer Statistik	129
4.7.2	Statistik-Tools beschreiben jede Bewegung Ihrer User	131
4.7.3	Entwickeln Sie Ihre eigene Prüfliste	133
4.8	Errechnen Sie Ihre Wertschöpfung	133
<b>5</b>	<b>Webvermarktung</b>	137
5.1	Erreichen Sie Ihre User ohne Umweg	137
5.1.1	Sichern Sie sich Ihren Platz in den Suchmaschinen	138
5.1.2	Ihre Zielgruppe legt die Auswahl fest	138
5.1.3	Überlassen Sie anderen die Fleißarbeit	140
5.1.4	Sorgen Sie für eine gute Platzierung	141
5.2	Portale sind die Heimat vieler User	142
5.3	Bieten Sie verwandten Sites einen Link an	144
5.4	Inserieren Sie digital	144

1	5.5	Werben Sie in allen Medien fürs Web.....	146
	5.5.1	Ihre URL gehört zur vollständigen Adresse.....	147
	5.6	Klassische Werbung immer mit Webadresse.....	147
	5.7	Verbinden Sie Webauftritt und Direktmarketing.....	147
	5.8	Ihre Stellenanzeigen gewinnen durchs Internet.....	147
	5.9	Events und Sonderaktionen binden neue Zielgruppen	148
	5.10	Cross Marketing erhöht den Wert Ihrer Werbung.....	148
<b>6</b>	<b>Nachwort</b> .....		<b>149</b>
<b>7</b>	<b>Glossar</b> .....		<b>151</b>
<b>8</b>	<b>Index</b> .....		<b>167</b>