

Checkliste Texten für die Homepage

Grundsätzlich: Auch wenn ich mein Angebot beschreiben und „unter die Leute bringen“ möchte – die User entscheiden sich, wie viel Aufmerksamkeit und Zeit sie meiner Seite schenken. Deshalb sollte ich von deren Seite her denken und nicht von meiner.

Also: **Die Antwort auf welche Frage, welches Bedürfnis findet die Besucherin/der Besucher auf meiner Homepage?**

Vorüberlegungen

1. An wen richte ich mich?
2. Was sind deren Bedürfnisse, Fragen?
3. Welches Angebot kann ich dafür machen?
(Das kann auch ein Angebot an Informationen sein, z.B. über ein Fachthema)
4. Was will ich erreichen?
(z.B. Newsletterbestellung)
5. Welche Sprache spricht meine Zielgruppe?
(z.B. Fachbegriffe, eher Umgangssprache,)

Beachte: **Texten lässt sich nicht unabhängig von usability (Benutzerfreundlichkeit) und SEO (search engine optimizing) betrachten.**

Wichtig für die Suchmaschine

Grundüberlegungen

- Suchbegriffe festlegen (z.B. bei Konkurrenz schauen, Google-Tools, Datenbanken)
- Suchbegriffe in verschiedenen Formen und Wortgruppen (Brain storming – Liste anlegen)
- Pro html-Seite nur ein Thema und damit Optimierung darauf (landing page)
- Wenige Suchbegriffe aus der Sammlung auswählen, um Seite darauf zu optimieren
- Einheitliche Formulierungen für wiederkehrende Begriffe

Überschriften

- Wichtiges zuerst – Hauptüberschrift oben vor dem Inhaltsteil
- Keywords sollten in den Überschriften vorhanden sein, wichtigste in der Hauptüberschrift
- Überschriften hierarchisch gliedern - h1 bis h6 (Text in Überschriften hat mehr Gewicht für Suchmaschine)

Keyword-Dichte

- Optimal sind zwischen 3 und 4% eines Keywords pro Seite. Sonst besteht die Gefahr, dass es als Spam gewertet wird. Was darunter ist, hat kaum Relevanz.
- Gleiche Schlüsselworte gleich benennen (nicht abwandeln). Für die Suchmaschine ist es nicht dasselbe, ob man schreibt „Suchmaschinen-Optimierung“ oder „Suchmaschinenoptimierung“.

Text und Usability

- Lesen am Bildschirm strengt an. Deshalb überfliegen User, ob die aufgerufene Seite überhaupt interessant ist für sie. Dann entscheiden sie sehr schnell, ob sie wegeklicken.
- Es muss also sehr schnell ersichtlich sein, worum es geht.
- Beliebt sind so genannte Teaser (z.B. bei Newslettern: Textanfang und link auf mehr) Aber auch kurze Zusammenfassung ganz oben, so, wie bei Zeitungsartikeln. Wer sich mehr vertiefen möchte, liest weiter.

Text strukturieren

- Kurze Sätze, Hauptsätze, vorsichtig mit Adjektiven
- Keine Abkürzungen, bewusster Umgang mit Fremdworten
- Verständlichkeit hat Vorrang vor Poesie
- Umgekehrte Pyramide: Das wichtigste oben (zugespitzt) und dann nach unten breiter werdend. Evtl. Zusatzinformationen anbieten, wie Fachartikel als download pdf.
- Bezeichnungen und Begriffe eindeutig verwenden (nicht mehrfach vom Gleichen in unterschiedlichen Begriffen sprechen)
- Aktiv schreiben (nicht „Soeben wurde der 327. Einsatz der Feuerwehr abgeschlossen, wobei Verletzte vermieden werden konnten.“ Sondern: „Feuerwehr fuhr 327 Einsätze und konnte Verletzungen vermeiden.“)
- Pdf-Dateien sind nicht zum Lesen am Bildschirm gedacht. Verwendung nur für Artikel, Flyer etc., die eher ausgedruckt werden.

Text gestalten

- Verschiedene Darstellungen des Textes erleichtern Übersicht und Lesbarkeit
- Auszeichnungen (farbig, fett) einsetzen – aber sparsam und sinnvoll
Achtung: bestimmte Farben sind mit Bedeutungen besetzt, z.B. blau für Links.
- Auflistungen
- Evtl. mit Spalten arbeiten – keine zu langen Textzeilen
- Nach ca. 10-15 Zeilen einen Absatz machen
- Zeilenabstand und Abstände zwischen den Absätzen bewusst einsetzen
- Schriftart: eine Standard-Computerschrift wählen, weil diese auch sicher von allen Computern dargestellt werden kann. Sonst könnte es unschöne Überraschungen geben.