Bernet
Relations

Online-Texte

Checkliste

Schreiben Sie fürs Inter- oder Intranet? Fällt es Ihnen manchmal schwer, Ihre Gedanken in kurzer Zeit auf den Punkt zu bringen? Diese pragmatische Checkliste hilft Ihnen dabei, effizienter und effektiver fürs Web zu texten und Schreibblockaden zu überwinden. In wenigen Schritten von der Idee bis zur Veröffentlichung.

«Beim Text muss sich einer quälen, der Absender oder der Empfänger. Besser ist, der Absender quält sich.» – Wolf Schneider

Copyright

Der Inhalt dieses Papiers oder Auszüge daraus dürfen nur kostenlos und unter Angabe der exakten Quellenbezeichnung «www.bernet.ch» weitergegeben werden.

Laufend Aktuelles zur Kommunikation

Blogbeiträge auch als Wochenabo bei www.bernetblog.ch unter «Kontakt/Abo», auf Twitter @bernetblog und Facebook www.facebook.com/bernetpr

Vertieftere Informationen und Coachings zum Thema Texten bieten wir im Rahmen unserer Bernet Textwerkstatt an.

Bernet Relations AG
Olgastrasse 8
8001 Zürich

T +41 44 266 90 80
info@bernet.ch

bernet.ch

Bernet
Relations

1. Planen in 6 Schritten

Stellen Sie sich folgende Fragen, bevor Sie mit dem Schreiben beginnen. Auf diese Weise setzen Sie sich mit einem klaren Plan vors weisse Blatt.

1) Was haben wir?
- Welche Informationen und Materialien sind vorhanden?
- Was könnte ein möglicher Aufhänger sein?
- Welche Vorgaben müssen eingehalten werden? Welche Richtlinien gelten betreffend Wortwahl, Suchmaschinenoptimierung und Barrierefreiheit?

2) An wen richte ich mich?
- Ist meine Zielgruppe intern oder extern?
- Welches Vorwissen hat die Zielgruppe?
- Wie spreche ich die Zielgruppe adäquat an?

3) Mit welchem Ziel?
- Welchen Effekt oder welche Handlung möchte ich bei der Zielgruppe auslösen (Wissen vermitteln, Klicks generieren, Meinungen beeinflussen etc.)?

4) Was ist die wichtigste Aussage, der wichtigste Begriff?
- Was ist die Hauptaussage meines Textes?
- Welche Begriffe stehen im Zentrum meines Textes (Keywords und Neben-Keywords)?

5) Wie strukturiere ich den Text?
- Welcher Aufbau ist logisch und hilft den Lesenden dabei, den Text zu verstehen?
- Wie können die wichtigsten Informationen zu Beginn vermittelt werden?

6) Wie reichere ich den Text an?
- Sind Zusatzinstrumente wie Infografiken, Infoboxen oder Ähnliches sinnvoll (modularer Aufbau)?
- Kann der Text durch weiterführende/hilfreiche Links ergänzt werden?
- Wie kann der Text illustriert werden?
- Ist ein Call-to-Action nötig und wo kann er platziert werden?

Bernet
Relations

2. Schreiben

- **Strukturieren** Sie Ihren Online-Text bedacht und logisch. Orientieren Sie sich an der **Nachrichtenpyramide**. Die wichtigsten Aussagen kommen zuerst (wer, was, wann, wo, warum). Anschliessend folgen Erläuterungen und Quellen. Den Abschluss machen Einzelheiten, Zusatz- und Hintergrundinformationen.

- Denken Sie daran, dass Lesende online **eher scannen als lesen** und die wichtigsten Informationen innerhalb kürzester Zeit erfassen können müssen. Umso wichtiger gestalten sich die Wahl des Titels, des Leads, der Zwischentitel und der Bildlegenden.

Titel	prägnant formuliert, enthält Keyword, möglichst aktiv formuliert	Max. 65 Zeichen
Lead	beantwortet die 5 W-Fragen (wer, was, wann, wo, warum), macht neugierig, beinhaltet Keyword	Max. 5 Zeilen
Zwischentitel	vermittelt den Inhalt des Absatzes, Zwischentitel beschreiben gemeinsam den Inhalt des Texts, Neben-Keywords	Ca. 60 Zeichen
Absatz	Pro Thema/Gedankengang möglichst ein Absatz	Ca. 5–6 Sätze
Bildlegende	Kurze Information zum Bild: Was ist darauf zu sehen?	Ein Satz

- Behalten Sie die **Aufmerksamkeit** der Lesenden:
  - **Packender Einstieg**, z.B. interessanter Fakt, persönliche Ansicht, kontroverse Aussage, Frage, Zitat
  - **Cliffhanger / roter Faden**: z.B. Fragen am Ende des Absatzes, deren Auflösung im nächsten Absatz folgt
  - **Beispiele, Zahlen und Sinnbilder** (sparsam)
  - **Call-to-Action**: zum Denken anregen und miteinbeziehen
  - Formulierungen: **verständlich, lebhaft und prägnant**

Bernet
Relations

3. Redigieren/Fertigstellen

Prüfen Sie Ihren eigenen Text, indem Sie ihn **ausdrucken oder die Schriftart und -grösse am Bildschirm verändern**. Auf diese Weise können Sie ihn mit «frischen» Augen betrachten. Folgende Fragen helfen:

- Spielen Titel, Lead und Untertitel gut zusammen?
- Wo kann ich kürzen?
- Gibt es Schachtelsätze, die zu vereinfachen sind?
- Gibt es Sätze im Passiv, die aktiv formuliert werden könnten?
- Kommen im Text Wiederholungen vor?
- Lassen sich Adjektive einsparen?
- Werden Abkürzungen erklärt?
- Ist der Text lebhaft? Kommen Beispiele vor?
- Stimmt die Länge des Texts? Werden andere Vorgaben eingehalten?
- Ist der Text fehlerfrei? Kann ihn jemand gegenlesen?
- Bietet der Text eine Interaktionsmöglichkeit (Kontaktangabe, Kommentarfunktion) für interessierte Lesende?

Das Beste zum Schluss: Beachten Sie die obigen Hinweise, schneiden Sie auch in puncto SEO (Suchmaschinenoptimierung) besser ab. Wir wünschen Ihnen viel Muse und Erfolg beim Texten!