

«Der gelungene Webauftritt»

Konzipieren – texten – auf Suchmaschinen optimieren

Unterlagen zum 2-tägigen Seminar von Schreibszene Schweiz

Dozentin/Autorin: Myriam Holzner, Kommunikationsberaterin BR/SPRV

Vorwort

Immer mehr Texte werden heute online gelesen. Smartphones und Tablets verstärken diesen Trend. Was aber bedeutet es für den Autor / für die Autorin, wenn das Geschriebene am Bildschirm statt auf Papier erscheint?

Verkürzt gesagt: Die gängigen Regeln der Verständlichkeit und Attraktivität gelten auch im Web – sie sind *noch* wichtiger als bei gedruckten Texten. Darüber hinaus gelten weitere Regeln, um im Web (etwa via Suchmaschinen) gefunden zu werden und das gesetzte Ziel zu erreichen.

Gut möglich, dass die Tage gedruckter Texte gezählt sind – umso wichtiger also, die Regeln guter Webtexte resp. gelungenen Webcontents schon heute zu verinnerlichen.

Myriam Holzner

Kürze&Würze GmbH

Dozentin Seminar «Der gelungene Webauftritt» für Schreibszene Schweiz

Skript für das 2-tägige Seminar von Schreibszene Schweiz

Autorin:

Myriam Holzner, MAS Corporate Communication Management | M Sc Biologie
Kommunikationsberaterin BR/SPRV

Kürze&Würze GmbH

Kirchbergerstrasse 42
3008 Bern

076 371 70 55

www.kuerzeundwuerze.ch

© Myriam Holzner, Kürze&Würze GmbH, 2016 – Abdruck nur mit Quellenangabe

Inhaltsverzeichnis

BEGRIFFSKLÄRUNG	1
SCHREIBEN GENERELL	5
1. Ziel & Zielpublikum	5
2. Verständlichkeit & Attraktivität	5
SCHREIBEN FÜRS WEB	7
3. Lesen am Bildschirm	7
3.1. Informationssuche statt Lektüre	7
3.2. Scannen statt lesen	8
4. Schreiben für den Bildschirm	8
4.1. Kurze Texte	8
4.2. Strukturierte Texte	8
4.2.1. Titel und Zwischentitel	9
4.2.2. Leadtext	9
4.2.3. Fliesstext	9
4.2.4. Newstext	10
4.3. Wortwahl	10
4.4. Sätze	10
4.5. Zahlen in Ziffern	11
4.6. Persönliche Ansprache	11
4.7. Information statt Werbung	12
4.8. Gezielte Verlinkung	12
4.9. Die wichtigsten Tipps für Sprachlich-Inhaltliches	13
4.10. Schreiben fürs Web = Schreiben im Web	13
AUFBEREITUNG VON WEBCONTENT	14
5. Aufbau überzeugender Websites	14
5.1. Webstruktur	14
5.1.1. Die goldene Regel der 7	14
5.1.2. Textschichten	14
5.1.3. Der Weg zur logischen Webstruktur	15
5.2. Navigation	15

5.3. Webdesign	16
5.4. Webprogrammierung	18
6. Webtexte (Hypertexte)	19
6.1. Übersichtsseiten	19
6.2. Vorspann-Duplikat	19
6.3. Anreisser-Link	21
6.4. Cliffhanger	22
7. Bilder	23
8. Multimedia	24
9. pdf und andere Downloads	24
SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG	26
10. Keywords	26
10.1. Keyword-Tools	27
10.2. Keyword Efficiency Index (KEI)	27
11. On Page-Optimierung	28
11.1. Keywords im Hypertext – insbesondere in Titeln	28
11.2. Keywords im Ankertext (Verlinkung im Hypertext)	29
11.3. Keywords in Tags	30
11.4. Saubere technische Basis (CMS)	32
12. Off Page-Optimierung	33
12.1. Auftritte auf anderen Websites	34
12.2. Werbung im Web	34
12.2.1. Werbung auf Webportalen	35
12.2.2. Werbung auf Suchmaschinen (SEM/SEA)	37
ERFOLGSKONTROLLE UND PFLEGE DER WEB-PRÄSENZ	40
13. Mittel zur Erfolgskontrolle	40
14. Mittel zur Website-Pflege	41
DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE MIT WÜRZE	42