

Tipps zu Layout, Schreibstil und Suchmaschinenmarketing

02. Feb 2014

Die Online-Journalistin Lisa Kräher gab in der Reihe "Medienwelten" Praxistipps zum Texten im Web



Online-Journalistin Lisa Kräher

GUNZENHAUSEN – Texten fürs Web – das müssen oder wollen heute viele Arbeitnehmer, Geschäftsinhaber oder Privatleute. Aber wie? Die Online-Journalistin Lisa Kräher informierte in der Stadt- und Schulbücherei über Leseverhalten am Bildschirm und über visuelle Leseanreize. Sie gab Hinweise zur Struktur und zum Stil eines Web-Textes und Tipps zur Seitengestaltung mit Überschriften, Teaser und Zwischentiteln. Weiter informierte sie über Suchmaschinenmarketing und Crossmedia-Gestaltung.

„Sie stellen immer so neugierige Fragen, werden Sie doch Journalistin!“ – Mit diesem Kommentar gab ein Lehrer des Simon-Marius-Gymnasiums den Anstoß für Lisa Krähers Berufswahl. Bei der Mittelbayerischen Zeitung absolvierte sie ein Volontariat in der Print- und Online-Redaktion und studierte parallel dazu Medienmanagement. Heute arbeitet sie in der Redaktion der Medienwerkstatt Franken an der Produktion regionaler Dokumentarfilme mit, ist als freie Journalistin tätig und schreibt freiberuflich Texte für Homepages. Zum Auftakt der Medienwelten-Reihe hatten die Kooperationspartner Stadt- und Schulbücherei sowie Bürgernetzverein also eine Expertin aus der Praxis gefunden.

„Schreiben Sie nicht mehr als nötig“ – so der erste Ratschlag von Lisa Kräher. Ein Leser am Bildschirm lese langsamer, er scanne die Seite und müsse mit visuellen Reizen bei der Stange gehalten werden. Die Referentin warnt aber vor Farbspielden, blinkenden Smileys und anderen Ablenkungen des Blicks. Zum Lesen am Bildschirm eignet sich am besten ein hoher Kontrast und ein klares Schriftbild: Eine schwarze oder dunkelgraue Schrift auf weißem Untergrund ist auch am PC am besten lesbar.

„Luftig schreiben“ rät Lisa Kräher und zählte eine ganze Reihe von Mitteln auf, mit denen man einem Text Struktur geben kann: Wichtige Informationen an den Anfang stellen, jedem Gedanken einen Absatz widmen, längere Texte auflockern durch Zwischenüberschriften und Zitat-Boxen, ab und zu Listen statt Fließtext schreiben.

Ein schlichtes und einheitlich gestaltetes Layout kommt an, ist sich Lisa Kräher sicher. Sie warnte vor typischen Fehlern: kein Blocksatz, keine Texte nur aus Großbuchstaben, keine Kursivschrift, wenig Schnörkel, nur Links werden unterstrichen. Hinweise auf weiterführende Seiten könne man auch in einen Satz verpacken „Hier geht es zu den Seiten der Stadtbücherei“ sei einfach besser, als nur die Web-Adresse abzutippen.

Was interessiert den Besucher genau dieser Seite? Mit dieser Frage und einer Kenntnis der eigentlichen Zielgruppe können Texte optimal gestaltet werden. „Ein guter Text ist ein vorausgedachter Dialog“, fasst die Referentin zusammen.

Eine klarer Schreibstil sei auch bei Online-Texten erfolgreich: starke Verben, wenige bis keine Adjektive, keine Passivkonstruktionen und möglichst konkrete Begriffe, die Bilder im Kopf wachrufen. "Nicht zwangsläufig müssen alle Sätze kurz sein," fügte Lisa Kräher hinzu. Doch eine gedankliche Ordnung spiegle sich auch im Schreibstil wider, deshalb gehörten Hauptsachen in die Hauptsätze und Nebensachen in Nebensätze.

Anhand von Beispielen zeigte sie, wie eine blumige Werbesprache oft über das Ziel hinausschießt. Mit nüchternen Fakten erreiche man eine sprachliche Klarheit und mache auch keine unhaltbaren Versprechungen.

Eine lebendige Homepage beginne heute nicht mit einem „Willkommen“, informiert die Journalistin. Besser sei ein Einstieg mit aktuellen Meldungen. Der Teaser oder Anreißer sei bei Online-Beiträgen wichtig: Der Leser soll sich bei diesen Kurztexen über den Inhalt des verlinkten Textes informieren können. Neugier wecken ist die zweite Funktion des Teasers. Dabei kann laut Kräher ab und zu ein „Cliffhanger“ eingebaut werden, der den Leser zum Weiterlesen anspornt. So kann man im weiteren Text eine Checkliste zu bestimmten Planungen versprechen oder den Teaser mit einer Frage enden lassen. Maximal 200-250 Zeichen lang darf ein solcher Anreißer sein. Bildunterschriften sollten Vornamen, Namen der Abgebildeten sowie deren Funktion enthalten.

Beim Thema Suchmaschinenoptimierung machte Lisa Kräher auf einige wichtige Regeln aufmerksam. So sollten bereits in der Internetadresse wichtige Schlüsselbegriffe oder Keywords fallen. Geheimnisvolle Abkürzungen oder Phantasiewörter haben hingegen hier nichts zu suchen. Auch in den Teasern sollten wichtige Keywords der Seite fallen. Um ein gutes Ranking bei Google und anderen Suchmaschinen zu erzielen ist es wichtig, für das Thema relevante Links einzubinden und auf der Homepage für Barrierefreiheit zu sorgen.

Nachdem sie das Thema „Social Media“ kurz gestreift hatte, gab es zum Abschluss ihres Vortrags von Lisa Kräher noch Crossmedia-Praxistipps. Karten und Videos lassen sich mit wenigen Klicks einfach in eine Homepage einbinden. Den Vortrag mit viel Praxisbezug dankte Büchereileiterin Carolin Bayer der Referentin.

In der Reihe Medienwelten sind noch zwei Veranstaltungen geplant. Martin Bosch vom Bürgernetzverein machte auf eine App-Ralley mit viel Gelegenheit zum Selbsttesten am Donnerstag, 13. Februar aufmerksam. Die Referenten Hans-Jürgen Palme und Björn Friedrich werden in „Die bunte Welt der Apps“ entführen und zu einem medienpädagogischen Erfahrungsaustausch einladen