

Daniel Guldemann Kommunikation!

Werbung | Corporate Publishing | Internet



Geschätzte Kundinnen und Kunden

Das Internet ist als Informations-, Kommunikations- und Verkaufsplattform nicht mehr wegzudenken. Nach Jahren des «Wilden Westens», wo jeder sich seine eigene www-Präsenz irgendwie zusammengeschnürt hat, ist jetzt etwas Professionalität eingekkehrt. Klare Navigationsstrukturen, attraktives Webdesign und moderne Technologien wie das Responsive Design für mobile Endgeräte werden langsam aber sicher zur Regel. Stiefmütterlich hingegen geht es nach wie vor beim Content zu. Texte und Bilder werden irgendwoher genommen und eingepflanzt, kaum jemand macht sich Gedanken über das Leseverhalten in der Online-Kommunikation.

Wir haben Ihnen hier ein paar Informationen und Tipps zum Texten für das Internet zusammengestellt. – Viel Spass beim Lesen und viel Erfolg mit Ihrer Präsenz im Internet.

Daniel Guldemann



Texten für das Internet – Tipps aus der Praxis



Grundregel: Das Internet ist keine Broschüre! Obwohl wir umgangssprachlich von Internet-Seiten sprechen, hat die Online-Präsenz nichts mit einem Buch oder einer Broschüre zu tun. Das Leseverhalten richtet sich hier nach dem Grundsatz Tempo – Tempo – Tempo. Der Besucher will rasch zu den gesuchten Informationen kommen und er klickt bereits nach wenigen Sekunden weg, wenn sein Informationsbedürfnis nicht befriedigt wird.

Zu beachten sind im Vergleich Print und Screen auch Faktoren im layouttechnischen Bereich. Eine Broschüre lässt sich typografisch klar, sauber und lesefreundlich aufbauen, Schriftwahl, Spaltenkonzept, Zeilenfall etc. können bewusst eingesetzt werden. Im Internet sind diese Möglichkeiten stark eingeschränkt. Individuelle Screen-Einstellungen, Blickwinkel, Beleuchtung, Downloadgeschwindigkeit etc. beeinflussen das Lesetempo und mit der heute geforderten automatischen Anpassung der Inhalte an mobile Endgeräte (Responsive Design) wird die Sache mit der Darstellung noch einmal komplexer.

Das Fazit

Die Lesegeschwindigkeit am Bildschirm ist im Vergleich zu Printprodukten um ca. 10 bis 30 % langsamer. Das bedeutet in der Praxis, dass der gleiche Textumfang im Internet als länger und komplexer wahrgenommen wird. **Auf den Punkt kommen, und zwar schnell, ist somit der wichtigste Grundsatz für Texte im Internet.**

Sie müssen beim Texten davon ausgehen, dass die Leserin, der Leser Ihre Texte in der Regel nur überfliegt. Ein klares Titelkonzept, kurze Sätze und inhaltliche Vereinfachungen sind also gefragt. Dieses leserbezogene «Text-Destillat» sollte aber trotzdem – oder gerade deswegen – von hoher Qualität sein. Dudenkorrekte Schreibweise und eine verständliche Tonalität sind Stichworte dazu. Und natürlich muss auch das Begleitumfeld stimmen: Klare Navigationsstruktur, attraktives Webdesign und saubere Programmierung im Hintergrund.

Qualität = Relevanz und Aktualität

Dass die Texte im Internet exakt zielgruppenrelevant formuliert sein müssen, liegt also auf der Hand. Wenn der Text keinen oder wenig Bezug zu den Erwartungen des Besuchers hat, ist der Ausstieg vorprogrammiert. Das Gleiche gilt, wenn der Besucher auf veraltete Informationen und Daten trifft.

Zehn Tipps aus der Praxis

- 1.** Fokussieren Sie das Zielpublikum und halten Sie sich beim Texten immer vor Augen, dass die kundenrelevanten Nutzen sofort ersichtlich sein müssen. Der Besucher findet im Internet in Sekundenschnelle Alternativen zu Ihrem Angebot!
- 2.** Stellen Sie sich beim Texten einen sehr, sehr ungeduldigen potenziellen Kunden aus Ihrer Branche vor.
- 3.** Schreiben Sie nach dem Grundsatz «einfach, aber nicht simpel». Aussagekräftige Titel für die «Überflieger», kurze Sätze, kurze Abschnitte.
- 4.** Kürzen Sie Ihre erste Textversion noch einmal um die Hälfte.
- 5.** Scheuen Sie sich nicht, einen spezialisierten Texter beizuziehen. Aus der unbefangenen externen Sicht werden oft erstaunliche Kundennutzen formuliert.
- 6.** Verlagern Sie zusätzliche Erklärungen, Produktinformationen, Leistungsbeschreibungen etc. in einen separaten Download-Bereich.
- 7.** Text und Visualisierungen (Fotos/Illustrationen) sind eine Einheit. Kümmern Sie sich persönlich um die Visualisierung Ihrer Texte. Sie wissen am besten, mit welchem Bild Ihr Text optimal unterstützt wird.
- 8.** Verzichten Sie zugunsten der Lesbarkeit auf Farbauszeichnungen, kursive Texte oder konsequente Gross- oder Kleinschreibung.
- 9.** Lesen Sie die bereits eingefüllten Texte vor der Aufschaltung noch einmal mit dem Smartphone. – Wetten, dass Sie danach noch einmal zum Rotstift greifen?
- 10.** Stichwort Suchmaschinen: Definieren Sie für jede Seite einen Seiten-Kurztitel mit dem aussagekräftigsten Keyword gleich am Anfang des Titels. Diese Zeile erscheint dann als Haupttitel in den Suchmaschinen.

Tipps

Responsive Design – Was steckt dahinter?

Heute greifen – je nach Branche – zwischen 20 und 40 % der Besucher via Smartphone oder Tablet auf das Internet zu. Der Trend, weg vom Desktop-Computer hin zu mobilen Geräten, hat bei der Gestaltung von Internet-Auftritten grosse Konsequenzen, denn was auf dem Desktop-Computer im Büro schön und übersichtlich aussieht, ist auf dem Smartphone in der Regel kaum mehr lesbar.

Responsive Design befasst sich genau mit dieser Problematik. Ist der Auftritt mit dieser Technologie programmiert, passt er sich automatisch den veränderten Bildschirmauflösungen an. Dabei werden die Inhalte nicht einfach nur verkleinert dargestellt, sondern neu umbrochen, Spalten werden angepasst und auch die Navigationsstruktur passt sich den mobilen Kleingeräten an.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Gegenüber den starren Layoutversionen steigt mit Responsive Design die Benutzerfreundlichkeit massiv und wir meinen, in Zukunft führt kein Weg mehr am Responsive Design

vorbei. – Unter www.guldumann.ch finden Sie verschiedene Webauftritte, die wir mit dieser Technologie realisiert haben.

