

Webauftritt und Webaktivitäten der Deutschlehrerverbände

Schreiben für das Internet

Menschen und Maschinen lesen Ihre Webseiten



Beim Formulieren der Texte sollte man beachten, dass sowohl Menschen als auch Suchmaschinen Ihre Webseiten lesen. Mit kleinen Tricks und Einstellungen, kann man es den Suchmaschinen einfacher machen, ohne für den Menschen unverständlich zu werden.

Lesegewohnheiten Mensch



Lesegewohnheiten Mensch

„Was immer Du schreibst – schreibe kurz, und sie werden es lesen – schreibe klar, und sie werden es verstehen – schreibe bildhaft, und sie werden es im Gedächtnis behalten.“ (Joseph Pulitzer)*

Nutzer entscheiden innerhalb von Sekunden, ob es sich lohnt, weiter zu surfen.

„User (suchen) in der Mehrzahl (73% der Befragten) nach hochwertigen Inhalten, die kompakt, zusammenhängend und leicht scannbar präsentiert sind.“**

Der Leser auf Papier erfasst 300 bis 500 Worte pro Minute, der Leser im Web ggf. bis zu 8.000 Worte pro Minute. Circa 80 % der Leser überfliegen einen Online-Text, nur circa 20 Prozent lesen Wort für Wort.

Der Online-Leser liest nicht Zeile für Zeile von links oben nach rechts unten, er scannt.

Gelesen werden die Beiträge, die interessieren.

Nutzer lesen auch längere Texte, etwa auf Tablets und ähnlichen Geräten.

* https://www.gutzitiert.de/zitat_autor_joseph_pulitzer_thema_stil_zitat_19606.html

** <http://www.mediaculture-online.de>

Was bedeutet das für die Texte, die Sie schreiben?

Textstruktur, Seitenstruktur

Sagen und zeigen Sie auf Ihrer Startseite knapp und klar, was der Nutzer finden kann.

Formulieren Sie für Seiten und Artikel eine prägnante Überschrift.

Schreiben Sie einen 3-Zeiler als Artikelteaser.

Gehen Sie im Text konkret auf Überschrift und Teaser ein.

Kürzen Sie die Erstversion Ihres Textes.

Bauen Sie Zwischenüberschriften ein.

Lockern Sie mit Bild, Video, Zitaten Ihren Text auf.

Berücksichtigen Sie bei Bedarf Lesegewohnheiten in Ihrem Land.

Quellen: <https://www.platinnetz.de/magazin/gesellschaft/im-internet/internet-und-schreib-kultur>
<http://coachyourmarketing.com/tuerchen-19-kurz-checkliste-fuer-ihre-texte/>

Lesetipp: Wolf Schneider: „Deutsch für Profis“ sowie „Deutsch für junge Profis“

Was bedeutet das für die Texte, die Sie schreiben?

Wörter, Sätze, Stil

Schreiben Sie überwiegend Hauptsätze.

Vermeiden Sie Parenthesen und Klammern.

Platzieren Sie Subjekt und Prädikat nicht zu weit voneinander.

Seien Sie vorsichtig mit Adjektiven.

Vermeiden Sie das Passiv.

Vermeiden Sie bedeutungslose Wörter und Floskeln, zum Beispiel: sozusagen, irgendwie, eher, quasi, gleichsam, im Wandel, im Dialog, auf Augenhöhe, ...

Benutzen Sie Verben und keine künstliche Substantivierung: OK: „Der Fotograf erbringt eine ... Leistung.“ NICHT: Das Erbringen der fotografischen Leistung ...“.

Nutzen Sie möglichst wenige Substantive auf -ung, -heit, -keit, -ik, -iät, -ion und -ismus.
(„Beamtendeutsch“ 😊)

Was bedeutet das für die Texte, die Sie schreiben?

Wirkung des Textes?

Gefällt Ihnen Ihr Text noch, wenn Sie ihn laut lesen?

Hat ein anderer Ihren Text gelesen? Gegenleser haben recht!

Haben Sie vor der Publikation diese Checkliste verwendet?

Weiterführende Literatur: Nutzen Sie die Onleihe des Goethe-Instituts



<http://www2.onleihe.de/goethe-institut/frontend/mediaInfo,0-0-483323485-200-0-0-0-0-0-0.html>

Oder ganz allgemein <http://www2.onleihe.de/goethe-institut/>
Und dort z. B. nach „texten“ suchen. Es gibt insgesamt über 40 Treffer.

Lesegewohnheiten Maschine



Auch für die Suchmaschine muss die Seite attraktiv sein.

82 % der Online-Nutzer nennen Suchmaschinen als häufigste Anwendung, die sie im Internet nutzen (ARD/ZDF Onlinestudie 2015). Google ist Marktführer in Deutschland.

Google sammelt und indiziert Webseiten. Texte sind besonders wichtig. Bilder und andere „Rich Media-Elemente“ weniger, aber Seiten mit Youtube-Videos werden wiederum besser gewertet.

Texte und andere Inhalte auf Webseiten müssen auch für Suchmaschinen so aktuell, hochwertig und relevant wie möglich sein.

Es geht um eine inhaltliche Auswertung und ein Ranking.

Partnerlinks helfen beim Ranking.

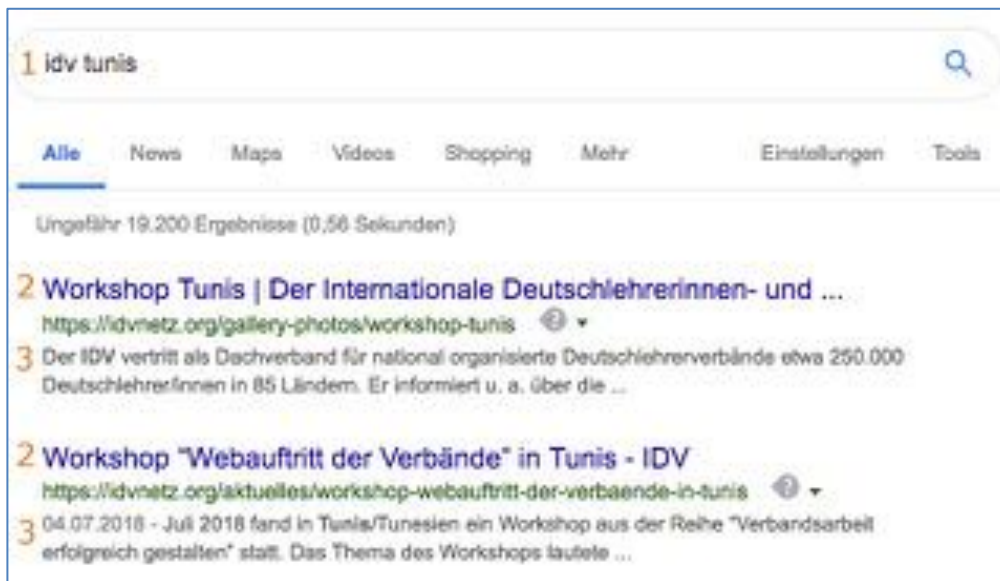
Aktualisierungen helfen beim Ranking ebenso.

Überschriften, Seitenbeschreibungen, Keywords und Links (1)

Was sucht und liest die Suchmaschine?

Einer der wichtigsten Punkte sind Überschriften und Seitenbeschreibungen. Google sucht nach Schlüsselwörtern, die sich wiederholen. („Aha“, denkt die Maschine, „was oben drüber steht, ist auch unten drin. Muss also relevant sein!“)

Die „Keywords“ sollten vor allem in den Teilen vorkommen, die Google später auf den Suchergebnisseiten als Snippet ausgibt, also in **Überschrift** und **Seiten-Beschreibung**.



1 = Suchbegriffe

2 = Seitentitel

3 = Seitenbeschreibung

Hinweis: In der Anleitung für den Aufbau einer Website finden Sie die relevanten Felder in Schritt 3 auf Seite 12.

Überschriften, Seitenbeschreibungen, Keywords und Links (2)

Verwenden Sie Keywords auch bei Verlinkungen. Häufig sieht man zum Beispiel:
„Weitere Informationen finden Sie hier.“

Der Mensch versteht dies wunderbar. Die Maschine kann mit dem hier absolut nichts anfangen.

Für die Suchmaschine ist es deutlich besser, den Link nach dem Inhalt zu benennen und den Dateinamen oder die Zielseite auch, also so:

„Deutschlehrertag-Programm“, mit einem Link auf eine PDF gleichen Titels:
,deutschlehrertag-programm.pdf‘, oder eine Webseite gleichen Titels. Damit sind Linktext und Linkziel für die Maschine identisch, das ist gut. Zusätzlich hat man für den Link einen sinnvollen Suchbegriff verwendet.

Vermeiden Sie aber ein „Keyword-Spamming“. (Die Suchmaschine denkt dann: „Hier will mich jemand übertölpeln.“)

Die Ausgabe der „snippets“ ist abhängig von den Suchbegriffen, die Nutzer eingeben.

Sie möchten populäre Suchbegriffe herausfinden: <https://trends.google.com/trends/>

Was sollte man beim Schreiben einer Seite beachten? (1)

1. Stimmen Sie Überschriften, Zwischenüberschriften, Teaser, Seitentext aufeinander ab.
2. Beschreiben Sie Wichtiges am Anfang.
3. Verwenden Sie bei hochgeladenen Dateien und bei Links „sprechende Namen“ (siehe nächste Seite)

Was sollte man beim Schreiben einer Seite beachten? (2)

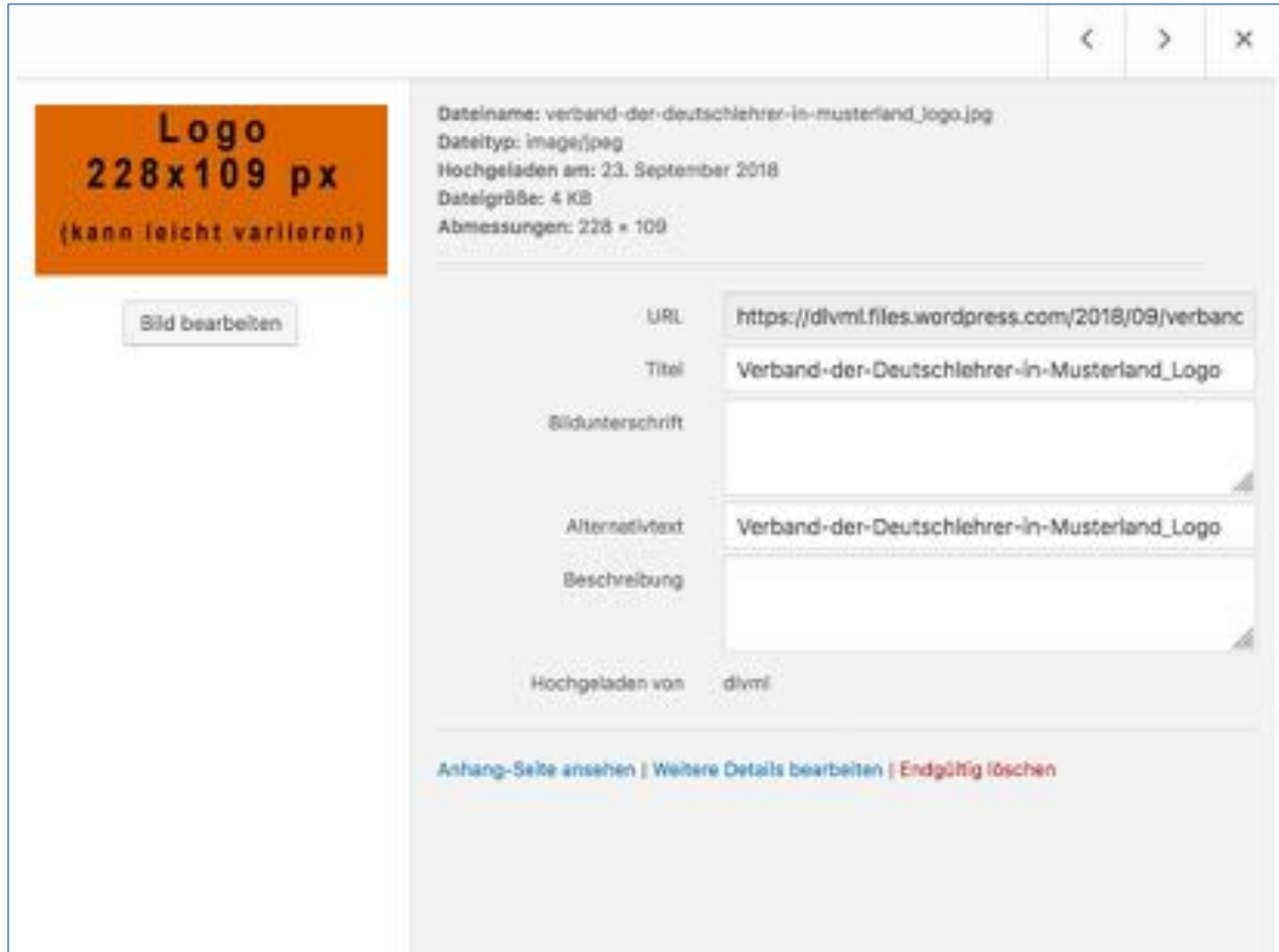
Geben Sie jeder Datei, die Sie hochladen „sprechende Namen“ und geben Sie sinnvolle Begriffe beim Titel und für „Alternativtext“ an. Momentan können Suchmaschinen ein Foto nur schwer oder gar nicht analysieren. Eine Beschreibung mit Worten ist also wichtig. Beim Hochladen von Bildern werden Sie vom jeweiligen Content-Management-System gebeten, diese Angaben zu machen. „Verband der Deutschlehrerinnen in ... Logo“ besser verstehen als `_img1234.jpg`

„Alternativtext“ bedeutet:

- Wenn das Bild nicht angezeigt werden kann, wird auf der Webseite dieser Text angezeigt.
- Personen mit einer Sehbehinderung benutzen „Screenreader“, die den Inhalt der Seite vorlesen, das schließt den Alternativtext ein.

Siehe Screenshot nächste Seite

Was sollte man beim Schreiben einer Seite beachten? (2) Screenshot



The screenshot shows a WordPress media library interface. On the left, there is a preview of an orange square logo with the text "Logo 228x109 px (kann leicht variieren)" and a "Bild bearbeiten" button. On the right, the image details are displayed:

- Dateiname: verband-der-deutschlehrer-in-musterland_logo.jpg
- Dateityp: image/jpeg
- Hochgeladen am: 23. September 2018
- Dateigröße: 4 KB
- Abmessungen: 228 × 109

Below the details, there are input fields for:

- URL: https://divml.files.wordpress.com/2018/09/verband-der-deutschlehrer-in-musterland_logo.jpg
- Titel: Verband-der-Deutschlehrer-in-Musterland_Logo
- Bildunterschrift: (empty)
- Alternativtext: Verband-der-Deutschlehrer-in-Musterland_Logo
- Beschreibung: (empty)

At the bottom, it shows "Hochgeladen von divml" and navigation links: [Anhang-Seite ansehen](#) | [Weitere Details bearbeiten](#) | [Endgültig löschen](#)

Was sollte man beim Schreiben einer Seite beachten? (3)

Erstellen Sie PDF-Dateien korrekt: als Text, nicht als Bild, weil Suchmaschinen nur Text indizieren können. Bevor Sie die Datei als PDF exportieren, prüfen Sie die Angaben bei den Datei-Eigenschaften: Titel, Verfasser, Thema, Stichwörter. Die Dateigröße sollte möglichst klein sein.

Kümmern Sie sich um gute Verlinkungen zu und von Partnern. Links auf Ihre Site erhöhen das Ranking, wenn die Inhalte ähnliche Themen haben, zum Beispiel Deutschlernen, erhöht sich der Faktor nochmals.

Überlegen Sie, an welcher Stelle das menschliche Interesse wichtiger ist als das der Suchmaschine. Manchmal muss dann ein sinnvoller Kompromiss eingegangen werden.

Wen oder was sollten Sie stärker berücksichtigen: Mensch oder Maschine?



**Wägen Sie ab zwischen den jeweiligen Vor- und Nachteilen.
Sollte eine Formulierung für die Maschine günstiger sein, aber
den Menschen beim Lesefluss stören, ist es immer günstiger,
dem menschlichen Lesen den Vorzug zu geben.**

2018

Horst Weber

Im Auftrag des Goethe-Instituts e. V., Zentrale, Bereich „Sprache und Bildungspolitik“

In Kooperation mit dem Internationalen Deutschlehrerinnen- und Deutschlehrerverband e. V.

Copyright © 2018 Goethe-Institut

Alle Rechte vorbehalten

goethe.de

idvnetz.org

Die Bildrechte zu allen verwendeten Bildern wurden sorgfältig recherchiert und sind jeweils beim Bild angegeben. Sollte trotzdem eine Angabe fehlerhaft sein, bitten wir um eine kurze Benachrichtigung.