Erfolgreiche Webseiten-Texte



Die Qualität von Webseiten-Texten ist ein entscheidender Faktor, ob ein Internetauftritt erfolgreich ist. Dabei ist zu beachten, dass es nebst gutem Text auch auf eine gute Gliederung und Strukturierung der Texte ankommt. Hier entscheidet sich oft, ob eine Webseiten-Besucherin, ein Webseiten-Besucher auf der Seite bleibt oder gleich wieder abspringt. Kenntnisse über das Leseverhalten im Internet sind deshalb von grossem Vorteil.

Texte im Internet werden nicht wie in Büchern oder anderen Printmedien gelesen, sondern eher überflogen bzw. gescannt, wobei das Wichtigste herausgepickt wird. All dies sollte bei Webseiten-Texten berücksichtigt werden.

Dieser Beitrag befasst sich näher mit dem Thema, wie man erfolgreich Texte auf Homepages einbindet.

Inhaltsverzeichnis

- Leseverhalten im Internet
- Massnahmen zur besseren Lesbarkeit von Webtexten
- Gliederung und Strukturierung der Webseiten-Texte
    - Das Wichtigste zu Beginn schreiben
    - Verwendung von kurzen Absätzen
    - Einfügen von aussagekräftigen Zwischenüberschriften
    - Verwendung von Inhaltsverzeichnissen
    - Aufzählungen und Tabellen verwenden
    - Verwendung von Info-Boxen mit Weiterlesen-Funktion
    - Wichtige Wörter farblich oder fett markieren
    - Verlinkungen einfügen
- Aufbau und Gestaltung von guten Webseiten-Inhalten

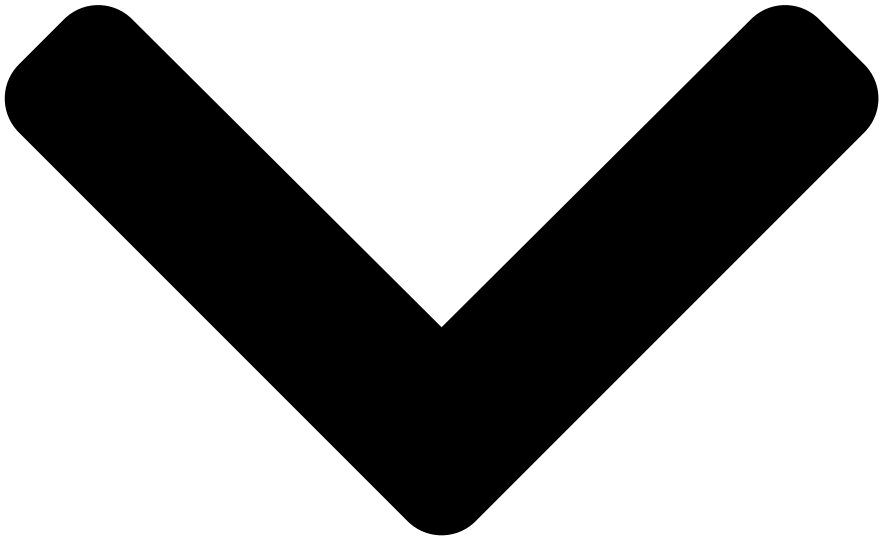
    - Kurze, leicht verständliche Sätze bilden
    - Wirksame Texte für Internet-User schreiben
    - Vermeidung von Rechtschreibe- und Grammatikfehlern
    - Bilder und Grafiken machen Texte verständlicher
    - Keine Texte von anderen Homepages verwenden
    - Handlungsaufforderungen (call-to-action) einbauen
- Fazit

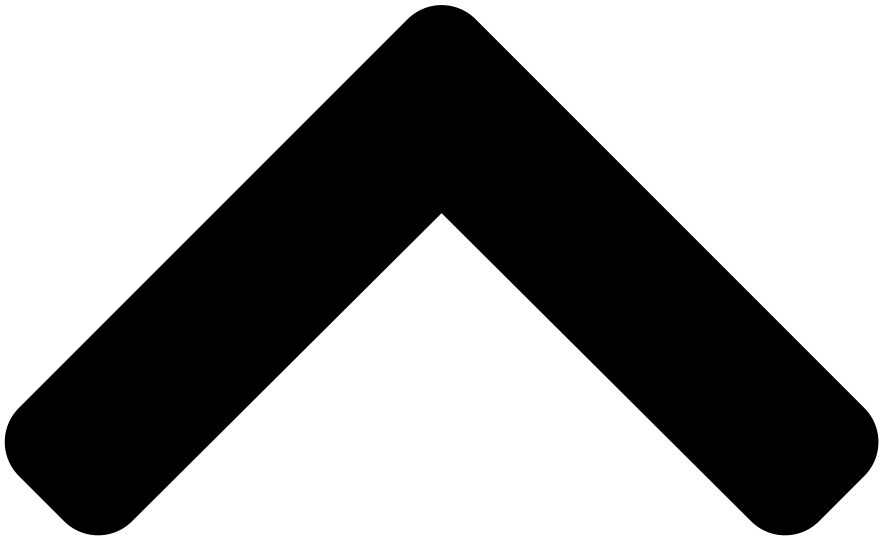
Leseverhalten im Internet

Wer Inhalte für Webseiten bereitstellen möchte, sollte sich zuerst folgende Frage stellen:
„Wie werden Texte im Internet gelesen?“

Verschiedene Studien haben aufgezeigt, dass das Leseverhalten im Internet nicht gleich ist, wie beim Lesen von Büchern und anderen Printmedien. Um die grosse Online-Informationsflut besser bewältigen zu können, werden Texte auf Webseiten eher **überflogen**, **gescannt** und **einzelne Wörter oder Sätze punktuell erfasst**. Es geht oft darum, dass man möglichst schnell zu den **wesentlichen Informationen** gelangt. Die Texte werden also nicht Zeile für Zeile gelesen, sondern gescannt. Man nennt im Fachjargon dieses Leseverhalten auch ‚**Skimming**‚.

In sog. Eye-Tracking-Studien (Verfolgung von Augenbewegungen auf dem Bildschirm) konnte ermittelt werden, dass Internet-User eine Webseite in einer **F-Form** scannen.





Beschreibung des F-förmigen Scan-Musters:

1. **Die Nutzer lesen zunächst in einer horizontalen Bewegung,** normalerweise über den oberen Teil des Inhaltsbereichs. Dieses erste Element bildet den oberen Balken des F.
2. **Anschließend bewegen sich die Nutzer ein Stück nach unten und lesen dann in einer zweiten horizontalen Bewegung,** die in der Regel einen kürzeren Bereich als die vorherige Bewegung abdeckt, quer. Dieses zusätzliche Element bildet den unteren Balken des F.
3. **Schließlich überfliegen die Nutzer die linke Seite des Inhalts in einer vertikalen Bewegung.** Manchmal ist dies ein langsamer und systematischer Scan, der als fester Streifen auf einer Eyetracking-Heatmap erscheint. In anderen Fällen bewegen sich die Nutzer schneller und erzeugen eine fleckigere Heatmap. Dieses letzte Element bildet den Stamm des F.

Massnahmen zur besseren Lesbarkeit von Webtexten

Um dem oben beschriebenen Leseverhalten im Internet gerecht zu werden, sollten beim Erstellen von Homepages bei folgenden Punkten spezielle Massnahmen ergriffen werden:

- Gliederung und Strukturierung der Webtexte
- Aufbau und Gestaltung von Webseiten-Inhalten

Das stundenlange Surfen im Internet ermüdet die Augen stark. Die nachstehend,

detailliert beschriebenen Massnahmen für eine bessere Lesbarkeit helfen auch, die Augen zu schonen. Bei empfindlichen Augen gibt es auch die sog. Dunkelmodus-Funktion (Dark Mode), siehe dazu den Blogbeitrag ‚Dunkelmodus (Dark Mode),.

Gliederung und Strukturierung der Webseiten-Texte

Das Wichtigste zu Beginn schreiben

Die wichtigsten Informationen sollten gleich am Anfang einer Webseite stehen. Ähnlich wie in der Tagespresse, kann man sich zuerst einen Überblick verschaffen, bevor man dann im Weiteren zu den Details gelangt.

Die ersten zwei, drei Sätze, welche in den Printmedien **Lead** genannt werden, sollten die Kernaussagen der Webseite enthalten.

Verwendung von kurzen Absätzen

Kurze Absätze lockern den Text auf und machen diesen lesbarer. Dabei kann folgende Faustregel angewendet werden:

- Für jede neue Gedankenabfolge einen neuen Absatz wählen.
- Eine ideale Absatzlänge beinhaltet drei bis fünf Sätze.

Einfügen von aussagekräftigen Zwischenüberschriften

Zwischenüberschriften lockern den Text ebenfalls auf und helfen beim Suchen der gewünschten Informationen.

Diese Zwischentitel setzt man idealerweise nach 2-3 Absätzen. Jede aussagekräftige Zwischenüberschrift hilft als Einstieg auf den nachfolgenden Inhalt.

Verwendung von Inhaltsverzeichnissen

Vor allem bei längeren Blogbeiträgen helfen Inhaltsverzeichnisse den Text besser zu strukturieren, wie dies z.B. in diesem Beitrag zu sehen ist. Inhaltsverzeichnisse helfen auch bei der Webseiten-Navigation, wodurch man direkt zum gewünschten Inhalt springen kann.

Aufzählungen und Tabellen verwenden

Aufzählungen und Tabellen sind im Internet leichter lesbar, als Fliess- oder Lauftext. Sie kommen dem Scan-Verhalten der Internet-User entgegen und geben dem Text eine gute Struktur.

- Man unterscheidet **Aufzählungen mit Punkten (Bullet-Points)** oder **nummerierte Aufzählungen**.
- Wenn eine gewisse Reihenfolge eingehalten werden muss, so eignen sich **nummerierte Aufzählungen** (Beispiel siehe oben ‚Beschreibung des F-förmigen Scan-Musters‘).
- Um Fakten stichwortartig aufzuzählen, eignen sich **Aufzählungen mit**

Punkten, welche auch **Bullet-Points** genannt werden.
- Um Gemeinsamkeiten und Unterschiede von mehreren Werten oder Produkten optimal darzustellen, eignen sich **Tabellen** sehr gut. Beispiel einer Tabelle:

Nr.	Auflistungsart	Zweck
1	Aufzählung mit Punkten	Stichwortartige Aufzählungen
2	Nummerierte Aufzählung	Aufzählungen in einer bestimmten Reihenfolge
3	Tabelle	Präsentation von Unterschieden und Gemeinsamkeiten

Verwendung von Info-Boxen mit Weiterlesen-Funktion

Zu viel Text auf einer Webseite wirkt manchmal zu erdrückend. Eine Möglichkeit dies zu entkräften ist, wenn man Text als **Info-Boxen mit Weiterlesen-Funktion** einfügt. Beispiele:

- siehe oben ‚Beschreibung des F-förmigen Scan-Musters'
- Seite ‚Übersicht der von KARMATECH erstellten und betreuten Webseiten, bei ‚Durchgeführte Arbeiten'.

Wichtige Wörter farblich oder fett markieren

Die Lesbarkeit von Fliess- oder Lauftexten lässt sich durch das **Hervorheben von wichtigen Wörtern** verbessern. Dies kann man idealerweise durch eine **verschiedenfarbige Schrift** oder durch die **Schriftstärke (fett markiert)** bewerkstelligen.

Hingegen sollten Wörter **nicht** durch Unterstreichen hervorgehoben werden, denn dies täuscht fälschlicherweise eine Verlinkung vor.

Verlinkungen einfügen

Interne und externe Links beleben eine Webseite.

- Interne Links sind Verlinkungen auf andere Seiten der gleichen Homepage. Die verlinkten internen Seiten können im gleichen Browser-Fenster geöffnet werden.
- Gut ausgesuchte externe Links sollten in einem neuen Browser-Fenster geöffnet werden.

Links von anderen Webseiten (Backlinks) sind für die Suchmaschinen-Optimierung (SEO) ein wichtiger Faktor, siehe Blogbeitrag ‚Besseres Google Ranking durch SEO,.

Aufbau und Gestaltung von guten Webseiten-Inhalten

Kurze, leicht verständliche Sätze bilden

- Kurze, leicht verständliche Sätze verbessern die Lesbarkeit von Texten.
- Vermeiden Sie komplizierte, in einem Satz verschachtelte Formulierungen.
- Webtexte sollten gut verständlich und angenehm sowie flüssig lesbar

sein.
- Bei der Wortwahl verzichtet man am besten auf Fachbegriffe und Fremdwörter.
- Aktive Formulierungen verwenden. Beispiel: „Die Polizei fasste den Einbrecher“, anstatt „der Einbrecher wurde von der Polizei gefasst“.
- Positive Formulierungen kommen besser an als negative. Beispiel: „Das war gut“ anstatt „das war nicht schlecht“.

Durch den sog. Fleschindex, benannt nach dessen Erfinder Robert Flesch, lässt sich die Lesbarkeit eines Textes in einer Skala von 0 bis 100 bewerten -> kostenloses Online-Testtool von fleschindex.de.

Wirksame Texte für Internet-User schreiben

Die meisten Internet-User gelangen durch die Internet-Suche (Google, Bing, usw.) auf eine entsprechende Seite. Eine Webseite sollte daher immer klare Informationen enthalten, worum es geht, bzw. welche Dienstleistung angeboten wird.

Hier entscheidet sich sehr schnell, ob ein Internet-User sofort wieder abspringt oder länger auf der Homepage verweilt. Im besten Fall findet der User genau das, wonach er gesucht hat.

Vermeidung von Rechtschreibe- und Grammatikfehlern

Eine Homepage ist die digitale Visitenkarte einer Firma, eines Vereins oder einer Privatperson. Viele Rechtschreibe- und Grammatikfehler hinterlassen einen etwas schlechten Eindruck und beeinflussen auch das Ranking bei der Google-Suche negativ.

Bilder und Grafiken machen Texte verständlicher

Abbildungen sorgen für mehr Aufmerksamkeit, lockern den Text auf und machen eine Webseite attraktiver. Sie sind Anziehungspunkte beim Scannen einer Seite und führen auch zu einer längeren Verweildauer auf einer Homepage.

Dabei ist jedoch wichtig, dass die Bilder und Grafiken im Zusammenhang mit dem Textinhalt stehen müssen. Einfach schöne Bilder zusammenhanglos ins Internet zu stellen, bringt keinen Vorteil.

Mehr Informationen zu diesem Thema siehe mein Blogbeitrag ,Bilder auf Webseiten,.

Keine Texte von anderen Homepages verwenden

Schreiben Sie immer Ihre eigenen Texte, welche für Ihren Internet-Auftritt verwendet werden.

Genauso wie bei Bildern und Grafiken, gibt es auch auf Texte ein Copyright. Das Verwenden von kopierten Texten von anderen Webseiten kann sehr schnell teuer werden, siehe auch: https://www.e-recht24.de/news/urheberrecht/8397-urteil-darf-man-fremde-texte-

aus-dem-internet-verwenden.html

Auch Google stellt sog. Duplicate-Content fest (Inhalt, der auf einer anderen Webseite vorkommt), wodurch die eigene Webseite bei der Google-Suche abgewertet werden kann.

Handlungsaufforderungen (call-to-action) einbauen

Idealerweise sollte auf einer Webseite eine Handlungsaufforderung vorhanden sein.
Hier ein Beispiel:

Benötigen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Webseiten-Texte:

kontaktieren Sie uns !

Fazit

Qualitativ hochwertige Inhalte der Webseiten sind der Schlüssel zu einem erfolgreichen Internetauftritt. Gleichzeitig ist es wichtig, diese Inhalte optimal zu gliedern und zu strukturieren. Zudem lockern Bilder und Grafiken den Webseiten-Inhalt auf und machen die Webseite attraktiver. Dies alles verbessert die Lesbarkeit einer Homepage und kommt dem Leseverhalten der Internet-User entgegen.



Beitrag von Jean-Pierre Wicht