

Gute Texte für Webseiten

Wie Sie gute Texte für Ihre Webseite schreiben – 11 wertvolle Tipps

Viele meiner Kunden schreiben ihre Websitetexte selber. Dafür erhalten meine Kunden bei mir zunächst eine Schulung über das suchmaschinenoptimierte Schreiben ihrer Webtexte, denn einer der wichtigsten Aspekte zur guten Auffindbarkeit Ihrer Website im Netz ist – als Teil einer umfassenden Suchmaschinenoptimierung (SEO) – die suchmaschinenoptimierte Aufbereitung Ihrer Texte.

Doch Webtexte werden nicht primär für Suchmaschinen geschrieben, sondern für Ihre Besucher. Deshalb ist es ebenso wichtig beim Verfassen Ihrer Websitetexte grundlegende Schreibregeln und -tipps zu beachten, da sich das Lesen von Onlinetexten stark vom Leseverhalten z. B. von Printmedien unterscheidet.

1. Scannen statt lesen – Leserverhalten von Webbenutzern

Onlinetexte werden komplett anders gelesen als gedruckte Worte. Online wird nicht von links nach rechts und von oben nach unten gelesen, vielmehr „scannen“ die Nutzer eine Webseite ab nach für sie relevante Informationen und wichtige Verlinkungen.

Das Web ist ein schnelles Medium, die Nutzer möchten einfach und schnell zu den von ihnen gesuchten Informationen gelangen, deshalb „springt“ das Auge des Nutzers bei dieser Suche geradezu über die Menüs, einzelnen Textabschnitte, Überschriften, Zwischenüberschriften und hervorgehobenen Textstellen.

Studien belegen, dass fast 80% der Besucher einer Webseite lediglich Überschriften nach relevanten Schlagwörtern durchsuchen und höchstens die ersten beiden Zeilen eines Textes lesen.

2. Geben Sie Orientierung durch sinnvolle Gliederung

Um dieses Leseverhalten optimal zu unterstützen empfiehlt es sich, Ihre Onlinetexte sinnvoll und nutzerfreundlich zu gliedern mit z. B:

- kleinen Textmengen in sinnvollen Absätze
- Überschriften und Zwischenüberschriften
- Hervorhebungen von Wörtern und Textstellen (fetten, als Zitat, mit Schrift-/ Hintergrundfarben, in Kästchen oder anderen Darstellungsmitteln, oder ersetzen Sie wichtige Textteile auch mal durch ein Bild, - Video oder Audio mit Untertext...)
- Stichpunktlisten
- weiterführenden Teasern...

3. Kommen Sie auf den Punkt – Verständlichkeit und Schreibstil

Nur leicht verständliche Texte lassen sich schnell erfassen. Deshalb empfiehlt sich eine leichte, direkte, emotional ansprechende und der jeweiligen Zielgruppe angemessene Sprache mit kurzen und klaren Sätzen. Achten Sie dabei auf Fluss und Logik Ihrer Texte sowie die Korrektheit und Überzeugungskraft Ihre Argumente.

Verschlungenen Sätze, verschachtelte Nebensätze, zu viele ausschmückende Attribute, breite Umschreibungen, unnütze Füllwörter, Worterfindungen und branchenspezifische oder technische Begriffe sowie passive Sprachwendungen verwirren und sollten vermieden werden (das war ein Beispiel dafür ;-).

Extratipp: „Auf den Punkt“ sollten auch die Bezeichnungen der Menüpunkte und Button sein. Originalität ist gut, aber nicht, wenn der Leser nicht erfassen kann, was mit einer originellen Wort-Erfindung gemeint sein könnte...

Im Übrigen besteht jede Website aus wesentlich mehr Text, als Ihnen zunächst bewusst ist, z. B. aus Fehlermeldungen bei Formulareingaben, SEO-relevanten Titeln und Beschreibungen der Website, die in den Suchmaschinen sichtbar sind)... Alle diese Texte sollten mit höchster Sorgfalt formuliert und mit Ihrem/r Webdesigner/in besprochen werden!

4. In der Kürze liegt die Würze – über geeignete Textlängen

Zu lange Texte schrecken Onlineleser ab. Überlegen Sie genau, welche Informationen und Erklärungen wichtig für Ihre Besucher sind. Bereiten Sie diese kurz, prägnant und nachvollziehbar (roter Faden!) auf und positionieren Sie sie gut sichtbar auf den Hauptseiten Ihrer Website.

Mein Tipp für prägnantes Schreiben: Stellen Sie sich bei jedem Text, den Sie verfassen die sogenannten W-Fragen:

Für wen schreibe ich was, wie, wo, wann und warum?

Zusätzliche Infos finden Platz auf Unterseiten oder in ausklappbaren Textteilen (Contentslider) und können mittels sogenannter Teaser originell auf Ihren Hauptseiten „angerissen“ werden.

Und noch ein wichtiger Tipp: Prüfen Sie Ihre Texte penibel auf Rechtschreib- und Grammatikfehler.

5. Seit Urzeiten fesselnd – Storytelling

Storytelling ist das Erzählen von Geschichten. Geschichten fesseln und begeistern uns Menschen seit der Urzeit am Lagerfeuer.

Warum? Beim Storytelling werden Informationen und Emotionen vermittelt. Und: Geschichten, die unserer Emotionen wecken, verstehen und erinnern wir besser.

Mischen Sie am besten Fakten mit narrativen Elementen und begeistern und fesseln Sie Ihre Besucher mit Ihrer Geschichte oder Firmengeschichte, Ihren Produkt- und Angebotsgeschichten...

6. Wecken Sie das Interesse Ihrer Leser durch aussagekräftige Überschriften

Eine bedeutende Rolle beim Scannen von Webseiten kommt den Überschriften zu. Ähnlich wie bei Zeitungsüberschriften sollten die Überschriften das Leserinteresse wecken und bereits die Kernaussage des folgenden Textes beinhalten.

Vermeiden Sie jedoch reißerische Formulierungen, bleiben Sie sachlich, auch, um Ihre Expertise zu garantieren. Empfehlenswert ist eine direkte und persönliche Ansprache des Besuchers, da direkte Ansprache nicht nur den Intellekt, sondern zudem emotional anspricht.

Überschriften können gut als Fragen formuliert werden: „Wie Sie gute Texte für Ihre Webseite schreiben“ ist genau die Frage, die Sie sich stellen, wenn Sie diesen Text lesen. Ich hole Sie quasi persönlich dort ab, wo Sie ein Problem haben, denn meine Frage „suggestiert“ Ihnen, dass Sie die Lösung Ihres Problems im (folgenden) Text finden.

7. Gliederung und Nutzerführung durch Zwischenüberschriften

Zwischenüberschriften werden leider oft vergessen. Dabei sind sie ein wichtiges Mittel, um (lange) Texte (wie diesen) lesbar bzw. scanbar zu machen und die Aufmerksamkeit des Nutzers nicht zu verlieren. Der Leser ist Ihnen dankbar, da er sich vielleicht nur für einen Teil Ihrer Texte interessiert und er mittels Zwischenüberschrift genau diesen Teil schnell finden kann.

Glauben Sie nicht, dass dieses „Teillesen“ einen Verlust darstellt, vielmehr danken Ihnen gut geführte Nutzer Ihre Nutzerfreundlichkeit und bleiben Ihnen eher treu. Kein Nutzer mag gezwungen sein, die für ihn wichtigen Informationen erst lange suchen zu müssen.

Die Empfehlungen für die Überschriften gelten auch für die Zwischenüberschriften. Achten Sie auch hier auf inhaltlichen Gehalt, Sachlichkeit und eine direkte Ansprache.

8. Hervorhebung von einzelnen Wörtern und Textstellen

Wichtige Keywords (Schlagwörter mit denen die Nutzer Sie in Suchmaschinen suchen) und Aussagen lassen sich mit vielen Mitteln hervorheben. Zahlreiche Gestaltungsmittel hervorheben. In Fließtexten ist das Fetten der Wörter oder Textstellen sehr beliebt.

Von kursiver Schrift ist eher abzuraten, da sich kursive Texte schlecht auf Monitoren/ Displays lesen lassen. Ausnahme mache ich persönlich hier (manchmal) bei Zitaten, die ein weiteres gutes Mittel zur Hervorhebung darstellen. Da Zitate in Printmedien oft kursiv gesetzt werden, erkennt der Leser diese sehr schnell als solche. Achten Sie beim Zitieren bitte darauf, immer die Quelle/ den Urheber anzugeben.

Unterstrichen werden im Web (von Urzeiten her) nur Links. Verwenden Sie also niemals Unterstreichungen für unverlinkte Wörter oder Textstellen, das führt zu Verwirrungen beim Nutzer.

Neben diesen einfachen Mitteln können Sie Ihre wichtigen Infos auch durch zahlreiche Gestaltungsmittel hervorheben – z. B. der Darstellung in Infokästchen, als Button, in besonderen Schriftfarben, Schriftgrößen oder mit Hintergrundfarben.... Auch Bewegung/ Animation zieht Aufmerksamkeit. Jede/r gute Webdesigner/in wird Ihnen diesbezüglich Vorschläge und Lösungen bieten können.

Denken Sie auch daran, dass sich so mancher (langer) Text oder ausführliche Erklärungen gut durch ein sprechendes Bild (mit prägnanter Bildunterschrift), eine Infografik oder ein Video ersetzen lassen.

Bilder und Videos wirken schneller und direkter als Worte und prägen sich besser ein, Infografiken vermitteln anschaulich komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge, die Sie mit 100 Worten nicht erklären könnten.

Warum einen Text nicht auch mal einsprechen und als Audio anbieten (am besten mit Link zu einer Abschrift). Multimedial aufbereitete Inhalte wirken auf alle Sinne und damit interessant, emotionalisierend und einprägsam.

Alle bildlichen Darstellungen sollten Sie mit einem alternativen Text (Alt-Tag, nicht zu verwechseln mit sichtbaren Bildunterschriften), versehen, der zunächst nicht sichtbar, aber wichtig für die Nutzer ist, die die Anzeige Ihrer Websitebilder ausgeschaltet haben. Zudem „verlangen“ die Suchmaschinen danach (SEO). Formulieren Sie auch die alternativen Texte sorgfältig, sie sollten das Bild inhaltlich gut beschreiben.

9. Listen ohne Ende – von magischen Spiegelstrichen

Spiegelstriche wirken wirklich magisch auf das suchende Auge. Listen versprechen übersichtliche, kompakte und somit schnell zu erfassende Informationen. Prüfen Sie, inwieweit sich (lange) Textteile wirksam in Listen darstellen lassen.

Gestalterisch muss es ja nicht immer ein Spiegelstrich sein, der die Listenpunkte anführt. Hier gibt es unzählige Möglichkeiten der Darstellung z. B. mit sprechenden Icons...

10. Lesen Sie mehr – Wundermittel Teaser

Wie bereits oben erwähnt lassen sich weiterführende Informationen gut auf den Hauptseiten per Teaser „anreißen“. Teaser bestehen oft aus einem Bild, einer ansprechenden Überschrift und einem kurzen, aussagekräftigen und zusammenfassenden Textteil sowie einem Link auf den kompletten Text auf einer Unterseite oder in einem auf-/ einklappbarem Textcontainer.

Das Teaserprinzip kennen Sie von Blogs und Onlinemagazinen/ -zeitungen, aber es lässt sich auch hervorragend auf „normale“ Websiteinhalte/ -texte anwenden.

Haben Sie z. B. mehrere Angebote und/oder viel zu Ihren Angeboten zu sagen, bieten sich Teaser – etwa auf Ihrer Startseite oder einer Angebotsübersichtsseite – an, die neben der meist üblichen Menünavigation auf Ihre Angebotsseiten leiten.

11. Click me – Handlungsaufforderungen

Leicht verständlich formulierte und übersichtlich gegliederte Texte mit sprechenden Überschriften und Zwischenüberschriften, wirksamen Hervorhebungen und kompakten Listen machen u. a. eine gute Nutzerführung aus. Gute Nutzerführung erzeugt Interesse und Vertrauen.

Interesse und das Vertrauen, dass der Nutzer bei Ihnen Lösungen für seine Probleme finden kann, sind die Basis, um aus Lesern Interessenten und/ oder Kunden zu machen.

Um zum Kunden zu werden muss der Leser handeln: klicken, sich informieren, Sie kontaktieren...

Deshalb ist es wichtig, dem Leser immer wieder und v.a. abschließend eine Handlungsaufforderung mitzugeben. Weisen Sie ihn ganz konkret darauf hinzuweisen, was als Nächstes zu tun ist.

Ich persönlich gestalte diese Handlungsaufforderung, die auf ein Kontaktformular o.ä. linkt, gerne als Button...