

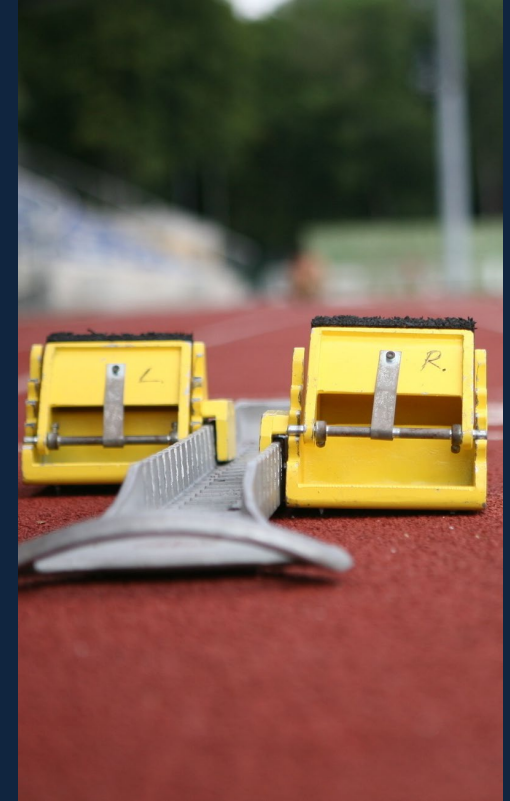


Website Deep Dive

Schreiben für die Website

Agenda

- 1) Ziele des Deep Dives
- 2) Leseverhalten auf Websites
- 3) Zielgruppenoptimierte Texte
- 4) SEO-optimierte Webtexte
- 5) Aufbau eines guten Webtextes
- 6) Schreibregeln für den Alltag
- 7) Fragen



Ziele des Deep Dives

Du kannst nach der Schulung Seiten strukturieren und Texte zielgruppenorientiert formulieren.

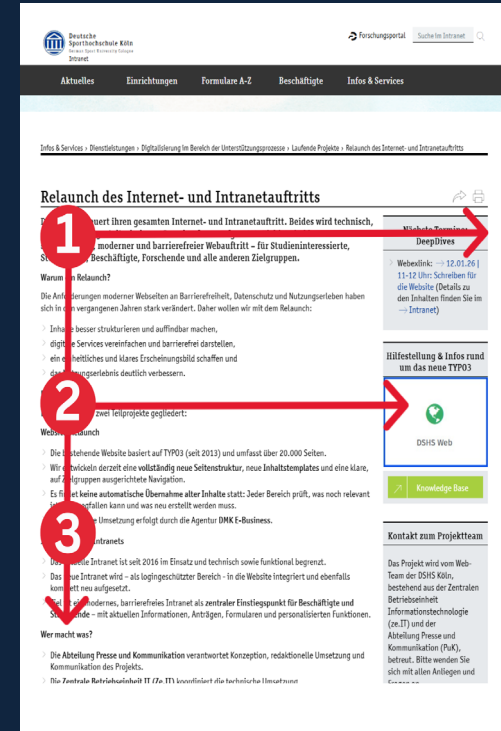
Fokus: praktische Tipps für deinen Redaktionsalltag

Leseverhalten im Web

Nutzer *lesen selten Wort für Wort*. Stattdessen *scannen* sie Inhalte, suchen visuell nach relevanten Punkten (z. B. Überschriften, fett markierten Wörtern, Listen).

Eyetracking-Studien zeigen, dass Nutzer Inhalte häufig in einem „**F-förmigen Muster**“ durchgehen: zuerst quer oben, dann quer etwas tiefer, anschließend entlang der linken Seite.

- ✓ Wichtigste Infos am Anfang platzieren
- ✓ Eine Idee/Thema pro Absatz
- ✓ Listen anstatt großer Textblöcke
- ✓ Aktive, einfache Sprache nutzen



Zielgruppenoptimierte Texte

Unsere Zielgruppen

Externe: Studieninteressierte, Eltern, Medien, Gäste, Alumni, Wirtschaft etc.

Interne: Studierende, Beschäftigte, Forschende, Lehrende (vor allem im Intranet).

Immer fragen: „Was will diese Person hier tun?“ (z.B. bewerben, Formular finden)

Wie definiert man Zielgruppen für Webtexte?

1. Zielgruppe(n) analysieren: unterschiedliche Informationsbedürfnisse, Merkmale, Vorwissen etc.
2. Sprache und Beispiele an Zielgruppe anpassen:
 - Fachlich vs. allgemein verständlich
 - Tonfall (formal, sachlich vs. nahbar)

Ziel: Texte müssen so geschrieben werden, dass die Zielgruppe sie versteht und als nützlich empfindet. Das bedeutet, Erwartungen, Sprachniveau und Informationsbedürfnisse der Lesenden zu berücksichtigen.

SEO kurz erklärt

- Suchmaschinen erkennen Themen vor allem über Wörter in Titeln, Überschriften und im ersten Absatz einer Seite.
- Ein klares Hauptkeyword pro Seite hilft, die Seite zu einem bestimmten Suchbedürfnis (z.B. „Sportstudium Köln“) zuzuordnen.
- Interne Verlinkung signalisiert Zusammenhänge: z.B. von einer allgemeinen Seite „Studienangebot“ zu den einzelnen Studiengängen.
- Saubere strukturierte Inhalte (Überschriften-Hierarchie, Listen, kurze Absätze) sind sowohl für Menschen als auch für Suchmaschinen besser lesbar.

Suchmaschinenoptimierung (SEO) = Wir helfen Suchmaschinen zu verstehen, worum es auf einer Seite geht – damit Menschen sie später besser finden.

Keywords finden & nutzen

- Ausgangspunkt sind typische Fragen: Wonach würde eine Studieninteressierte suchen? – z.B. „Sportstudium Voraussetzungen“, „Bachelor Sport Köln“.
- Auch Fachbereiche oder Institutsnamen können relevante Keywords sein, wenn User gezielt danach suchen.
- Wichtige Begriffe gehören nicht nur in den Fließtext, sondern auch in Überschriften und – wenn möglich – in Seitentitel und Meta Description.
- Synonyme und Varianten (z.B. „Studium Sportwissenschaft“ und „Sportstudium“) helfen, verschiedene Suchweisen abzudecken, ohne unnatürlich zu klingen.
- Formulierungen sollten trotzdem verständlich für die Zielgruppe bleiben; interne Abkürzungen eignen sich selten als Keywords.

Der ideale Aufbau eines Webtexts

Titel: sagt klar, worum es geht (kein Wortspiel).

Einstieg: wichtigste Info zuerst, kein Kontext-Geschwafel.

Hauptteil:

- 1 Gedanke pro Absatz
- kurze Absätze (max. 4–5 Zeilen)

Zwischenüberschriften: helfen beim Scannen und Orientieren.

Faustregel: Ein Text muss auch *nur mit Überschriften* verständlich sein.



Bausteine einer Universitäts-Website

- Überschrift (H1): Thema der Seite klar benannt.
- Einleitung: 2–3 Sätze, wer hier richtig ist und was es gibt.
- Hauptteil: Abschnitte zu Inhalten, Ablauf, Voraussetzungen, Ansprechpartnern.
- Servicebereich: Kontakt, Sprechzeiten, Downloads, Links.

Best Practice Beispiele

- [Uni Passau](#)
- [Uni Freiburg](#)
- [Uni Hamburg](#)
- [Uni Luzern](#)

Schreibregeln für den Alltag

- Kurze Sätze, aktive Sprache, konkrete Aussagen
- Verben statt Substantive
- Aktiv statt Passiv: „Wir prüfen“ statt „Es wird geprüft“
- Konkrete Wörter statt abstrakter Formulierungen
- Fachwörter nur wenn nötig und kurz erklärt
- Keine Fachabkürzungen ohne Erklärung, insbesondere für externe Zielgruppen
- Höfliches Sie, genderneutrale Formulierungen, wenn möglich

Tipp

**Satz laut vorlesen, wenn du
Luft holen muss → Satz zu
lang**



Gibt es Fragen?