

Schreiben im Web

Version: 1.0
 Datum: 11.04.2008
 Autor: Melanie Markatsch



Änderungshistorie

| Version | Datum | Änderungen | Autor(en) |
|---------|----------|--|-------------------|
| v1.0 | 11.04.08 | Version für die Kick-off-Veranstaltung | Melanie Markatsch |

Inhalt

| | | |
|-----|--|---|
| 1 | Einleitung | 2 |
| 1.1 | Ausgangslage..... | 2 |
| 1.2 | Über dieses Dokument..... | 2 |
| 2 | Das Leseverhalten eines Users im Web | 3 |
| 3 | Formale Gestaltung | 3 |
| 3.1 | Texterstellung..... | 3 |
| 3.2 | Textformatierung | 4 |
| 3.3 | Design | 4 |
| 3.4 | Aufbau und Länge | 5 |
| 3.5 | Hyperlinks..... | 6 |
| 3.6 | Navigation | 7 |
| 3.7 | Wichtige Informationen..... | 7 |
| 4 | Glossar..... | 8 |
| 5 | Quellen..... | 8 |



1 Einleitung

Die Gemeindeinformatikzentrum Kärnten GIZ-K GmbH bietet sich als Partner für die Gemeinden und der lokalen Wirtschaft an, um gemeinsam die IT-Landschaft der Kärntner Gemeinden zu verbessern und zu stärken. Ein Teil dieser IT-Landschaft ist der Webauftritt der Gemeinden.

Bei der Bewältigung der aktuellen und zukünftigen Herausforderungen steht den Gemeinden mit dem GIZ-K ein verlässlicher Partner zur Seite.

1.1 Ausgangslage

Mit dem Projekt „Gemeindehomepage Neu“ will das GIZ-K den Gemeinden die Möglichkeit auf eine moderne und kostengünstige Website geben. Trotzdem braucht eine Homepage eine individuelle Note. Dieser ist neben der grafischen Darstellung auch der gesamte Inhalt. Im Zuge dessen haben wir, nach einigen Anfragen der Gemeinden, ein Dokument über das **Schreiben im Web** entwickelt.

1.2 Über dieses Dokument

Dieses Dokument bündelt Tipps und Tricks, wie Sie Ihre Gemeindehomepage stilvoller und möglichst benutzerfreundlich gestalten können. Wichtig für Sie ist es, auf Textformulierung und Textformatierung zu achten, sowie ihre Kreativität in Sachen Textgestaltung gezielt anzubringen. In diesem Dokument finden Sie Empfehlungen, die Ihnen bei der Textgestaltung weiterhelfen. Dieses Dokument wird laufend weiterentwickelt und versucht dabei die aktuellen Entwicklungen und Erkenntnisse in diesem Bereich zu berücksichtigen.

Das Kapitel 2 „**Das Leseverhalten eines Users im Web**“ beschreibt in seiner Einleitung die grundsätzliche Vorgehensweise eines Surfers. Wenn Sie sich mit der Situation befassen oder befasst haben, werden Sie wissen, dass das Lesen im Web deutliche Unterschiede zum Lesen in gedruckter Form darstellt.

Das Kapitel 3 „**Formale Gestaltung**“ liefert Tipps zur Texterstellung und -formatierung, aber auch zum Aufbau ihrer Website, die Sie bei der Umsetzung Ihrer Homepage berücksichtigen sollten.

Ein **Glossar** und die **Quellen** bilden den Abschluss dieses Dokuments.

2 Das Leseverhalten eines Users im Web

Sie müssen sich immer vor Augen halten, dass Websurfer anspruchsvoll sind. Sie wissen, was sie suchen und wenn sie es nicht sofort finden, brechen sie die Informationssuche ab. Wichtig ist, dass sich der Leser angesprochen fühlt. Dies setzt eine klare und verständliche Sprache voraus. Bilder und Wörter müssen für den User eindeutig sein. Fachjargon, Zweideutigkeit und ein komplizierter Satzbau sind nicht erwünscht.

Das Lesen vom Bildschirm wird grundsätzlich als nicht entspannend empfunden. Insofern würde auch niemand auf die Idee kommen ein Buch am Bildschirm zu lesen. Diese Art des Lesens dauert auch länger. Wer lange Texte lesen will, der druckt sie aus. Wenn ihre Seite angesurft wird, können sie sich sicher sein, dass der User die einzelnen Seiten nicht liest. Er scannt (überfliegt) sie lediglich. Dies bedeutet, dass 50 % des Geschriebenen quasi überflüssig ist.

3 Formale Gestaltung

Die Informationen stammen vorwiegend von [1], [2] und [3]. An dieser Stelle werden sie lediglich kurz zusammengefasst.

Wichtig ist, dass Sie sich an einige formale Kriterien halten. Nur wenn sich der Leser angesprochen fühlt, wird er Ihre Seite gerne wieder besuchen.

3.1 Texterstellung

Hier die wichtigsten Punkte, worauf man achten muss.

Auf das Wesentliche reduzieren

Fassen Sie sich kurz.

Lange Sätze strengen den User an.

Jeder Satz sollte nur „einen inhaltlichen Schwerpunkt“ haben.

Zusammenfassungen an den Anfang

Das Wichtigste sollte zuerst ersichtlich sein.

Ein Text sollte mit den Kernaussagen beginnen.

Hervorhebungen

Erregen Sie Aufmerksamkeit durch gezielte Textauszeichnung, Schriftgröße und Farbe. Achtung: Zuviel bewirkt das Gegenteil.

Keine unbekanntenen Abkürzungen und Symbole

Bei den Abkürzungen „Tel.“ oder „PLZ“ kann man sich sicher sein, dass diese jeder kennt.

Verständlichkeit

Kein Fachjargon!

Sie müssen sich einfach und klar ausdrücken.

Der Inhalt muss für jeden verständlich und klar sein.

Sachlichkeit

Informationen müssen kompetent sein.

Glaubwürdigkeit

Der User muss ihnen vertrauen können.

Baut ein Text auf einen anderen auf, muss auch eine Quellenangabe vorhanden sein.

3.2 Textformatierung

Auch bei der Formatierung der Schrift kann einiges falsch gemacht werden. In diesem Abschnitt wird darauf hingewiesen, worauf zu achten ist.

Schrifttypen

In den meisten Fällen gewähren serifenlose Schriften bei kleinerer Schriftgröße eine bessere Lesbarkeit.

Großbuchstaben

Achtung bei der Einsetzung von GROSSBUCHSTABEN. Durch den Einsatz ist eine schnelle Wiedererkennung des Wortes manchmal schwer möglich. Das Lesen wird dadurch anstrengen.

Klare Unterschiede zwischen den einzelnen Buchstaben und Zeichen gewährleisten

Das Lesen wird schwer, wenn man die einzelnen Buchstaben nicht klar erkennen kann.

| l 1 i | .

Auszeichnung

Kursive Formatierungen sollten nur sehr wenig eingesetzt werden. Vor allem bei kleinerer Schriftgröße wird die Lesbarkeit erschwert.

Schriftgröße

Empfohlen werden Schriftgrade zwischen 10 und 14 Punkt.

Spalten und Textmenge

Sollte sich aus diversen Gründen ein langer Text nicht vermeiden lassen, müssen Sie unbedingt auf genügend Freifläche achten. Unterteilen Sie den Text in Spalten oder Kapitel und bieten Sie knappe und lesefreundliche Textpassagen.

3.3 Design

Natürlich darf auch kreativ gestaltet werden. Jedoch immer überlegt einsetzen. Weniger ist manchmal mehr.

Hohe Kontraste zwischen Text und Hintergrund

Dies verbessert die Lesbarkeit. Das beste Beispiel dafür ist Schwarz auf Weiß. Kontraste wie blaue oder rote Schrift auf schwarzem Hintergrund und gelbe oder grüne Schrift auf weißem Hintergrund erschweren das Lesen enorm. Daher diese Kombinationen unbedingt vermeiden.

Negativbeispiel:

Blaue, rote oder lila Schrift auf schwarz.

Gelbe, grüne oder türkise Schrift auf Weiß.

Harmonische Farben einsetzen

Farben, die nebeneinander dargestellt ein unruhiges Bild erzeugen und schwer zu fokussieren sind, unbedingt vermeiden. Es ist nicht nur ein ästhetisches Problem, sondern auch ein Benutzbarkeitsproblem.

Negativbeispiele:

Blau auf Rot.

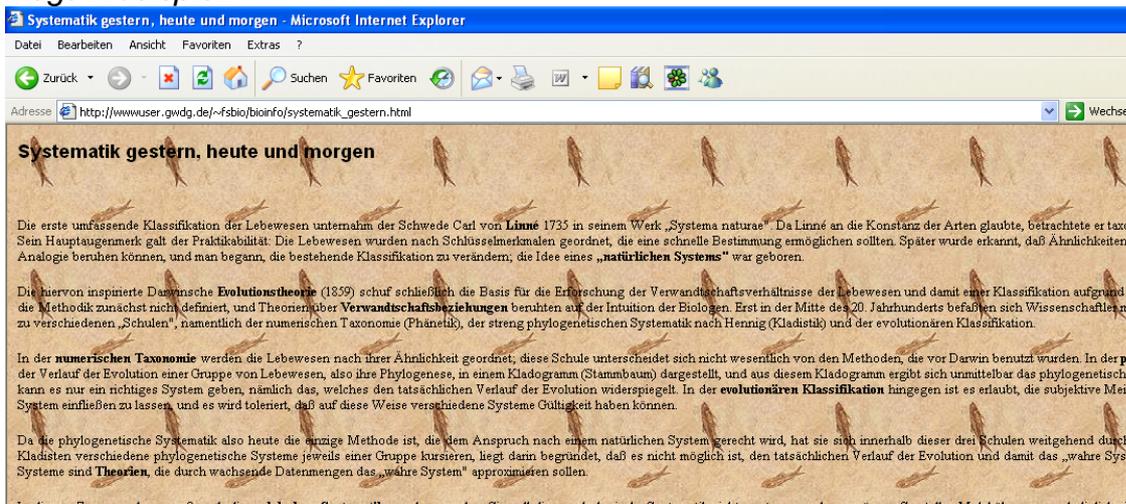
Grün auf Lila.

Geld auf Grün.

Hintergrundgrafiken müssen kontrastarm sein

Ausgefallene Hintergrundgrafiken erzeugen ein unruhiges Bild. Dies macht die Seite schwer lesbar. Am besten man verzichtet darauf.

*Negativbeispiel:*¹



3.4 Aufbau und Länge

Feste Bildschirmgrößen vermeiden

Ihre Website sollte immer in voller Breite dargestellt werden können. Ist dies nicht möglich, muss ein Benutzer sowohl vertikal als auch horizontal scrollen. Dies kann für einen Benutzer unangenehm erscheinen.

Überschaubare Seiten

Informationen zu einem Thema sollten immer auf einer Seite dargestellt werden können. Ansonsten geht für einen User der Überblick verloren. Das ständige nach unten scrollen oder blättern wird als kritisch angesehen, weil der User so nicht die Gesamtinformation auf einen Blick hat.

¹ Quelle: http://wwwuser.gwdg.de/~fsbio/bioinfo/systematik_gestern.html

Übersicht bei langen Seiten

Sollten sich dennoch längere Seiten nicht vermeiden lassen, könnte sich am Anfang der Site ein Überblick (in Form eines kleinen Inhaltsverzeichnisses, etc.) befinden. Von dort aus, kann der User die gewünschten Informationen durch Sprünge direkt erreichen.
Tipp: „Nach oben“-Links bei den einzelnen Abschnitten erleichtert das Surfen zusätzlich.

Ausdruck für lange Versionen anbieten

Für wichtige Texte oder Dokumente sollte unbedingt auch eine Druckversion (meistens in Form von PDF-Dateien) vorhanden sein.

Wichtiges nach oben

Alles was auf den ersten Blick ersichtlich ist, spart Zeit. Insofern sollten die wichtigsten Informationen, zum Beispiel in Form einer Zusammenfassung oder Schlagzeile, unbedingt am Anfang stehen.

Seitenkopf

Natürlich ist es auch wichtig, den User darauf aufmerksam zu machen, auf welcher Seite er sich befindet. Das Gemeindelogo, der Gemeinename oder eventuelle Bilder, die die Gemeinde repräsentieren, dürfen daher natürlich nicht fehlen. Zu beachten ist allerdings, dass der Kopf möglichst kurz gehalten sein sollte, damit der User nicht nach unten scrollen muss, um mit dem Lesen der Informationen anfangen zu können.

4-Seiten-Regel

Bei Informationsseiten liegt die maximale Länge bei ca. 4 Seiten. Dabei spielt auch die Zeichengröße oder die Bildschirmauflösung eine große Rolle.

3.5 Hyperlinks

Beschriftung des Links

Es sollte ein inhaltlich-relevanter Teil des Textes als Link-Text verwendet werden. Der User sollte von vorneherein genau wissen, was ihn erwartet, wenn er auf den Link klickt. Bezeichnungen wie „Klick mich“ oder „Hier klicken“ sind daher nicht geeignet und sollten unbedingt vermieden werden.

Unerwartete Dokumententypen angeben

Wenn der Link zu einem Dokument in einer ungewohnten Form (andere Sprache, anderes Format, extreme Dateilänge) führt, sollte dies aus dem Link hervorgehen.

Positivbeispiel: ²

[Download !\[\]\(21226b58c700e5231ab98d27101bac58_img.jpg\) networx-22.pdf \(1450 KB\)](#)

Farbänderung

Bei Änderung der Farbe muss unbedingt darauf geachtet werden, dass Links auch dann noch hervorgehoben werden.

² Quelle: <http://www.mediensprache.net/de/networx/docs/networx-22.asp>

Links in Grafiken

Bei Grafiken ist eine Hervorhebung des Links ein wenig schwieriger als bei Texten. Der User muss selbst herausfinden, ob es sich bei einer Grafik um einen Link handelt oder nicht. Sie müssen daher unbedingt die Verweise in Grafiken deutlich machen. Beispielsweise könnte dafür eine Umrahmung in Frage kommen. Weiters könnte auch ein Text unter dem Bild ein Hinweis sein.

3.6 Navigation

Informationen gliedern

Damit sich der User schnell auf Ihrer Website zurechtfinden kann, müssen die zur Verfügung gestellten Informationen klar strukturiert werden. Hierfür gibt es zwei Möglichkeiten:

- **Sequenzielle Gliederung**
Gliedern Sie Ihre Informationen thematisch oder alphabetisch.
- **Hierarchische Gliederung**
Gliedern Sie Ihre Informationen als Baum oder Graph. Wenn Sie viele Inhalte zur Verfügung stellen wollen, ist dies eine gute Möglichkeit. Man kann seine Texte nämlich zusätzlich noch in Gruppen und Untergruppen gliedern.

Navigation und Informationsseiten

Eine Trennung dieser beiden Elemente vereinfacht das Surfen für einen User. In der Navigation reichen Überbegriffe zu den einzelnen Themen. Alles Weitere kann der User aus der Informationsseite entnehmen.

Menüpunkte und deren Textierung

Die Benennung der einzelnen Menüpunkte ist besonders wichtig. Schließlich soll der User wissen, was ihn erwartet. Verwenden Sie möglichst „deutsche Begriffe“. Bei Begriffen, die im Internet weit verbreitet sind, darf eine Ausnahme gemacht werden (Download, Home, etc.). Die Benennung ist besonders für den Suchmaschinengebrauch wichtig.

Sitemap

Besonders wenn Sie viele Inhalte zur Verfügung stellen möchten, ist eine Sitemap von großer Bedeutung. Sie ist das so genannte „Inhaltsverzeichnis“ einer Website. Falls der User einen bestimmten Menüpunkt sucht, hat er auf der Sitemap schnell und unkompliziert alle Punkte parat.

3.7 Wichtige Informationen

Datum der letzten Änderungen

Grundsätzlich kann der Autor jederzeit Informationen auf der Website abändern, löschen, verschieben oder neu hinzufügen. Der Benutzer bekommt das nicht mit, da er darüber nicht aktiv informiert wird. Damit aber auch er die Möglichkeit hat, diese Dinge zu erkennen, sollte auf jeder Seite das Datum der letzten Änderung angegeben sein. Der User hat dadurch einen Überblick wie aktuell die Seiten sind.

E-Mail-Adresse des Autors

Trotz sorgfältiger Pflege kann es passieren, dass eine Angabe nicht dem aktuellen Stand entspricht, ein Link könnte sich geändert haben oder nicht funktionieren. Somit braucht ein User die Möglichkeit Kontakt mit Ihnen aufzunehmen.

Impressum

Unbedingt einen Link auf das Impressum zur Verfügung stellen, das jede Gemeindehomepage bereit stellen muss.

URL der Site

Die URL sollte im Fuß einer Site zu erkennen sein. Beim Ausdrucken oder Kopieren besteht daher die Möglichkeit, Sie immer wieder zu finden.

4 Glossar

Die Definitionen von diesen Begriffen und Abkürzungen stammen vorwiegend von [8].

Scrollen

Scrolling bezeichnet man auch als Bildlauf.

Es wird das Verschieben von Bildschirminhalten (sowohl Text als auch Grafik) bezeichnet. Zweck ist die Darstellung umfangreicher Inhalte auf begrenztem Platz (Bildschirm, Fenster, ListBox etc.).

Zur Bedienung des Bildlaufes befindet sich meist am Fensterrand ein Schieber auf einer so genannten Bildlaufleiste.

Schrift mit Serifen

Als Serifen (franz. Füßchen, auch Schraffen) bezeichnet man die (mehr oder weniger) feinen Linien, die einen Buchstabenstrich am Ende, quer zu seiner Grundrichtung abschließen.

Beispiele: Times New Roman, Baskerville Old Face, Centaur, ...

Schrift ohne Serifen

Schrift ohne feine Linien.
Beispiele: Arial, Franklin Gothic Book, Eras Light ITC, ...

5 Quellen

In deutscher Sprache:

- [1] KommDesign Fakten: <http://www.kommdesign.de/fakten/index.htm>
- [2] Lesen im Web - Schreiben fürs Web: <http://www.korolewski.de/texte/schreiben/teil1.html>
- [3] Internet-Tutorial - Texte fürs Web: <http://www.stefanbucher.net/tutorial/textefuersweb/>
- [4] Software Ergonomie und das World Wide Web: <http://vsys-www.informatik.uni-hamburg.de/ergonomie/index.html>
- [5] Media-Webblog: <http://blog.seibert-media.net/2006/10/online-marketing/usability/texten-fuer-das-web-was-ist-wichtig/>
- [6] Texte für das Web: <http://www.handbuch-usability.de/texte-fuer-das-internet.html>
- [7] Guter Stil, klare Sprache: <http://www.webwriting-magazin.de/guter-stil-klare-sprache-20-handwerkstipps-fuer-einsteiger/>
- [8] Wikipedia. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>
- [9] E-Commerce Gesetz: http://www.internet4jurists.at/gesetze/bg_e-commerce01.htm

In englischer Sprache:

- [10] Writing for the Web: <http://www.useit.com/papers/webwriting/>
- [11] All Things Web: <http://www.pantos.org/atw/>
- [12] Sun Microsystems - Writing for the web: <http://www.sun.com/980713/webwriting/>