

DETLEF KRAUSE

Texten fürs Web



Die TextBoosting 37 Punkte-Checkliste

So holen Sie das Beste aus Ihrem Webtext!



Die TextBoosting 37-Punkte-Checkliste

So holen Sie das Beste aus Ihrem Webtext

Dies hier ist meine Checkliste, die ich für unzählige Webtexte nutze und mit der ich sicherstelle, dass ich keinen wichtigen Aspekt vergesse. Möge sie auch Ihnen helfen, das Beste aus Ihrem Text herauszuholen. Auf geht's!

Strategie-Phase

1. Was ist das Ziel Ihres Textes?

Bevor Sie Ihren Text schreiben, überlegen Sie: Was genau wollen Sie mit diesem Text erreichen? Möchten Sie Ihren Leser von etwas überzeugen? Soll er am Ende etwas bei Ihnen bestellen? Möchten Sie mit diesem Text Ihre Expertise untermauern? Legen Sie als erstes Ihr Ziel fest und Sie haben den roten Faden für Ihren Text.

2. An wen schreiben Sie?

Halten Sie sich beim Texten vor Augen: Wer soll Ihren Text lesen? Mit welchen Vorkenntnissen können Sie rechnen? Welche Lösung erwartet der Leser von Ihrem Text? Welcher Textstil ist für Ihr Zielpublikum der richtige?

3. Welche Informationen muss Ihr Text transportieren?

Um mit Ihrem Text das gewünschte Ziel zu erreichen, müssen Sie Ihren Leser vom Wissensstand A zur Erkenntnis B bringen. Welche Informationen braucht Ihr Leser dazu? Und in welcher didaktischen Reihenfolge?

4. Wozu möchten Sie den Leser am Ende Ihres Textes motivieren?

Lassen Sie Ihren Text am Ende nicht einfach ins Leere laufen. Überlegen Sie sich BEVOR Sie losgehen: Was soll Ihr Leser nach dem Lesen tun? Soll er Sie beispielsweise kontaktieren, etwas bei Ihnen anfordern oder auf einen weiterführenden Link klicken?

Recherche-Phase

5. Auf welche Informationen können Sie zurückgreifen?

Oft brauchen Sie für Ihren Text das Rad nicht neu zu erfinden. Gibt es vielleicht bereits Unterlagen zu Ihrem Thema oder ähnlich gelagerte Texte, die Sie als Ausgangsmaterial nutzen können?

6. Können Sie auf externe Quellen verweisen?

Hinweise auf externe Quellen mit guter Reputation (Statistiken, Forschungsergebnisse, Umfragen etc.) verleihen auch Ihrem Text mehr Autorität.

7. Zu welchem Suchbegriff würden Sie im Internet recherchieren?

Starten Sie eine kleine Internetrecherche: Was wurde bereits zu Ihrem Thema geschrieben? Interessant dabei: Welches Keyword verwenden Sie bei Ihrer Recherche? Dieses Keyword dürfte auch für die spätere Suchmaschinenoptimierung Ihres eigenen Textes von Bedeutung sein.

Warm-up-Phase

8. Schreiben Sie eine provisorische Überschrift

Bevor Sie sich lange mit Ihrer Überschrift abquälen: Formulieren Sie eine provisorische Überschrift. Die besten Überschriften finden sich meist erst, wenn Sie wissen, was genau in Ihrem Text steht.

9. Unterteilen Sie Ihren Text in 3 Teile

Gliedern Sie Ihren Text in drei Bereiche: 1.) Ihren Textestieg, 2.) Ihren Hauptteil und 3.) Ihr Textende.

10. Gliedern Sie Ihren Hauptteil in 3 Bereiche

Überlegen Sie sich für Ihren Hauptteil drei wesentliche Punkte, die Sie darin abhandeln wollen. Es können auch mehr sein.

11. Schreiben Sie provisorische Zwischenüberschriften

Texten Sie zu jedem Ihrer Punkte, die Sie im Hauptteil Ihres Textes erwähnen wollen, eine Zwischenüberschrift. So bekommen Sie gute Inhaltsvorgaben für die zu schreibenden Textabschnitte.

Text-Phase

12. Beginnen Sie mit Ihrem Hauptteil

Starten Sie beim Texten am besten aus der Mitte heraus - mit Ihrem Hauptteil. Denn dies ist der Part, in dem Sie sich wahrscheinlich am besten auskennen, weil Sie die Expertin oder der Experte auf Ihrem Gebiet sind.

13. Schreiben Sie ein Textestieg, der neugierig macht

Nachdem Sie nun wissen, was in Ihrem Haupttext steht, machen Sie Ihren Leser darauf neugierig ... mit einem spannenden Einstiegstext. Tipp: Beginnen Sie mit einem Problem und stellen Sie Ihrem Leser eine Lösung in Aussicht, die er erfährt, wenn er Ihren Hauptteil liest.

14. Fordern Sie am Textende Ihren Leser auf zu handeln!

Spätestens am Ende Ihres Textes muss Ihre Handlungsaufforderung kommen: Was soll Ihr Leser als Nächstes tun, nachdem er Ihren Text gelesen hat? Bleiben Sie hier nicht vage: Sagen Sie klipp und klar, was Ihr Leser jetzt tun soll!

Editier-Phase

15. Optimieren Sie Ihre Überschrift

Ersetzen Sie Ihre provisorische Überschrift jetzt durch eine Überschrift, die Ihrem Leser einen Nutzen verspricht oder ihn neugierig darauf macht, in Ihren Text einzusteigen.

16. Feintunen Sie auch Ihre Zwischenüberschriften

Halten Sie Ihren Leser mit Ihren Zwischenüberschriften bei der Stange. Machen Sie neugierig aufs Weiterlesen. Dies ist vor allem für Scanner wichtig, die Ihren Text zunächst nur überfliegen, um zu sehen: Lohnt sich das Lesen?

17. Machen Sie Ihren Text lesefreundlich

Niemand liest gerne lange, graue Textblöcke. Gliedern Sie Ihren Text in augenfreundliche Lesehäppchen. Die Grundregel hierbei: Jeder neuer Gedanke ein neuer Absatz.

18. Kürzen Sie Bandwurmsätze

Gehen Ihre Sätze über mehrere Zeilen? Wenn ja, machen Sie einfach aus einem langen Satz zwei, drei kürzere.

19. Sagen Sie häufiger „Sie“ und „Ihnen“?

Leser lieben es persönlich angesprochen zu werden. Taucht bei Ihnen zu viel „wir“ und „uns“ auf? Machen Sie daraus „Sie“- und „Ihnen“-Sätze.

20. Korrigieren Sie Tippfehler

Lassen Sie - wenn möglich - jemand anderen Ihren Text Korrektur lesen. Oder kopieren Sie Ihren Webtext in ein Word-Dokument und lassen Sie hierüber noch einmal die Rechtschreibprüfung laufen.

21. Lesen Sie sich Ihren Text laut vor

Klingt Ihr Text auch beim laut Vorlesen flüssig? Oder kommen Sie immer wieder ins Stocken? Das sind untrügliche Anzeichen dafür, dass Sie Ihren Text an diesen Stellen noch etwas feintunen müssen.

Aufhübsch-Phase

22. Suchen Sie ein passendes Bild

Das Auge liest mit: Mit einem Bild machen Sie Ihren Text noch einladender. Achten Sie hierbei darauf, keine Copyrights zu verletzen und vermeiden Sie Klischeebilder wie Frau mit Headset, Händeschütteln und ähnliche tausendfach gesehene Bilder.

23. Brauchen Sie ergänzende Grafiken?

Ist Ihr Thema komplex überlegen Sie, ob Sie Ihren Text mit einem Schaubild oder einer Infografik nicht noch anschaulicher machen können.

Suchmaschinenoptimierungs-Phase

24. Auf welches Keyword hin wollen Sie Ihren Text optimieren?

Überlegen Sie: Zu welchem Keyword oder zu welcher Keyword-Kombination soll Ihr Text bei den Suchmaschinen gefunden werden? Wichtig: Optimieren Sie Ihren Text nur auf dieses eine Keyword oder diese spezielle Suchwort-Kombination. Nur dann können Google & Co. Ihren Text auch eindeutig diesem Suchbegriff zuordnen.

25. Bringen Sie Ihr Keyword in Ihrer Überschrift unter

Steht Ihr Keyword bereits in Ihrer Überschrift? Bestens! Wenn nicht: Versuchen Sie es dort noch mit einzubauen. Sollte dies sprachlich unhübsch klingen, hilft Ihnen der Doppelpunkttrick: Schreiben Sie als Erstes Ihr Keyword, machen Sie danach einen Doppelpunkt und setzen Sie dahinter Ihre eigentliche Überschrift.

26. Taucht Ihr Keyword im ersten Textabschnitt auf?

Achten Sie darauf, Ihr Keyword oder die Suchwort-Kombination auch in Ihren ersten paar Sätzen vorkommen zu lassen.

27. Steht Ihr Keyword in den Meta-Tags?

Wenn Sie die Ergebnisseiten von Google und Co. aufrufen, sehen Sie dort zu jedem Treffer einen Link und darunter eine nähere Beschreibung, was den Leser hinter diesem Link erwartet. Den dort gezeigten Text können Sie den Suchmaschinen mehr oder weniger vorgeben. Über die so genannten Meta-Tags. Für den Linktext zu Ihrer Website ist der Meta-Tag <title> verantwortlich. Für den beschreibenden Text darunter der Meta-Tag <description>. In beiden Meta-Tags (Link und Beschreibung) sollte Ihr Keyword bzw. Ihre Suchwort-Kombination vorkommen.

28. Haben Ihre Bilder einen Alternativtext mit Keyword?

Wenn Sie Bilder oder Grafiken in Ihren Text einfügen, schreiben Sie zu diesen Abbildungen einen zusätzliche Alternativtext, der den Suchmaschinen sagt, worum es bei diesen Darstellungen geht. Erwähnen Sie auch in diesem Alternativtext Ihr Keyword bzw. Ihre Suchwort-Kombination.

29. Wird Ihr Keyword im Text ausreichend erwähnt?

Sehen Sie Ihren Text noch einmal durch: Kommt darin hin und wieder Ihr Keyword vor? Wenn nicht: Versuchen Sie Ihren Suchbegriff ab und zu noch mit einzubauen - ohne unnatürlich zu klingen.

30. Beinhaltet die URL Ihres Webtextes Ihr Keyword?

Auch in der Internetadresse Ihres Webtextes sollte Ihr Keyword vorkommt. Beispiel: www.adresse.xy/link-mit-suchbegriff-darin

31. Ist Ihr Text lang genug für die Suchmaschinen?

Suchmaschinen bevorzugen Webseiten, die genügend Textfutter liefern, um die Relevanz dieser Seite hinsichtlich des Keywords beurteilen zu können. Dazu braucht Ihr Text eine gewisse Länge. 300 Wörter, so sagt man, gelten hier als Minimum.

Marketing-Phase

32. Verlinken Sie Ihren Text mit schon bestehenden Webtexten

Um Ihren Leser möglichst lange auf Ihrer Website zu halten, verlinken Sie Ihren Text - wo sinnvoll - mit anderen von Ihnen bereits veröffentlichten Webtexten. Nehmen Sie dazu beispielsweise einzelne Stichworte, die Sie zu weiterführenden Seiten verlinken. Dies hilft auch Suchmaschinen Ihre Textbeiträge - und die Zusammenhänge untereinander - noch besser kennenzulernen.

33. Können Sie zu Ihrem Text ein Content-Upgrade anbieten?

Hat Ihr Text so viel Gehalt, dass Sie ihn auch als PDF zum Herunterladen anbieten können? Oder lassen sich dazu ergänzende Informationen entwickeln wie Checklisten, Ressourcen-Listen oder Videos? Diese können Sie dann zum Auf- und Ausbau Ihrer E-Mail-Liste nutzen. Wer Ihr Extra möchte erhält es an seine E-Mail-Adresse geschickt.

34. Lässt sich Ihr Text zu einer Serie ausbauen?

Geht es bei Ihrem Text um ein grundsätzliches Thema, zu dem Sie auch noch weitere Beiträge veröffentlichen werden (oder bereits haben)? Dann überlegen Sie, ob Sie daraus nicht eine Serie machen können und die einzelnen Beiträge auf einer speziellen Seite zusammenstellen. So liefern Sie Ihren Webbesuchern alle wertvollen Informationen auf einen Blick. Auch Suchmaschinen gefallen solche „Cornerstone Content“-Seiten ausnehmend gut. Von dieser Hauptseite aus verlinken sind dann auf Ihre einzelnen Texte.

35. Lässt sich Ihr Text noch anderweitig „ausschlachten“?

Keine Frage, Texten kostet Zeit. Und da wäre doch schade, wenn Sie Ihren Text nur ein einziges Mal verwenden! Lässt sich daraus nicht vielleicht auch noch ein Video machen? Ein Podcast? Ein Webinar? Oder – mit entsprechenden Ergänzungen - vielleicht sogar ein kompletter Online-Kurs? Oder - wenn Sie mehrere Texte zum gleichen Thema haben – machen Sie doch daraus ein E-Book und verkaufen Sie es via Amazon.

36. Posten Sie Ihren neuen Text in den sozialen Netzwerken

Verlassen Sie sich nicht darauf, dass man schon von selbst Ihren neuen Text entdecken wird. Machen Sie darauf in den sozialen Netzwerken aufmerksam – beispielsweise mit einem Post bei Twitter oder Facebook.

37. Schicken Sie einen Newsletter mit Ihrem Texthinweis

Vergessen Sie nicht, auch Ihre Newsletter-Leser über Ihren neuen Textbeitrag zu informieren, was sich besonders bei neuen Blogbeiträgen empfiehlt.

Wenn Sie das nächste Mal also einen Webtext schreiben, würde ich mich freuen, wenn auch Ihnen diese TextBoosting Checkliste hilft, das Beste aus Ihrem Text herauszuholen - für Sie und Ihre Leser.

Viele Grüße vom Texterschreibtisch

Ihr

Detlef Krause