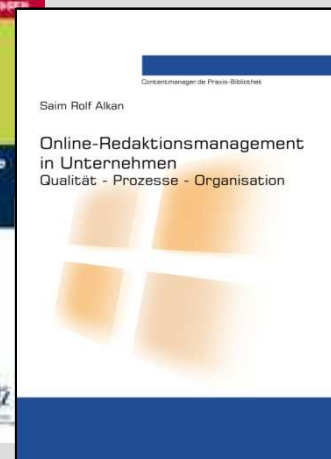
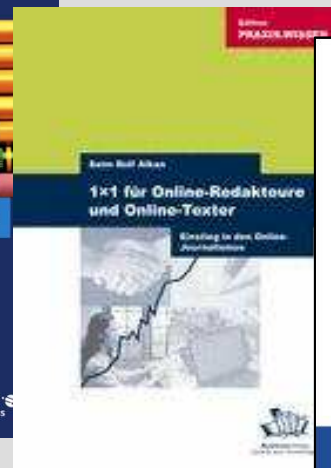


Online-Texte – Erfolgreich texten für das Web

Zu meiner Person

- Dipl.-Wirt.-Ing., Geschäftsführer von aexea – communication. content. consulting
- Dozent für Marketing, Werbung und Neue Medien, Buchautor
- Online Erfahrung im Aufbau von Intra-, Inter- und Extranet-Lösungen mit CMS
- Redaktionsaufbau, -training und -beratung
- Beratung, Workshops und Seminare:
Allianz, Daimler, Union Investment, Bundesregierung, Adam Opel, RWE, National-Bank, Technikerkasse, Leica Microsystems
- Preisträger IF und red dot, Shortlist European Excellence Award

Textgestaltung!



Das erwartet Sie

- Lesen im Web oder besser: Lesen am Monitor
- Google & Co. als Herausforderung für den Autoren
- Lesehilfen als Schritt in Richtung des Lesers
- Modularisieren – häppchenweise serviert
- Technische Hilfe – Lingulab – Messen Sie Textqualität

Die Bedeutung des Inhalts

Ich komme wieder...

- 73% Hochwertige Inhalte
- 66% Einfache Bedienung
- 58% Schnelle Ladezeiten
- 54% Regelmäßige Aktualisierung

- Es folgen mit <20% Gutscheine, Incentives, Marken, Spiele, Einkauf, Personalisierung

Forrester Research – Umfrage unter rund 9.600 Web-Usern

Problemfelder bei der Nutzung des Internets

Was will bzw. erwartet der Nutzer?

- Suche von Informationen – das Auffinden von Informationen
- Durchsicht der Informationen – unter Zeitdruck Relevanz erkennen
- Aufwertung der Information – Verknüpfen einer Information

Wie werden Websites gefunden?

	% of Clicks	% Time Spent
Web Results 1 - 10 of about 1,050,000,000 for something Refine 0.60 seconds		
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	56.36	28.43
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	13.45	25.08
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	9.82	14.72
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	4.00	8.70
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	4.73	6.02
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	3.27	4.01
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	0.36	3.01
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	2.91	3.68
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	1.45	3.01
Something something www.something.com 70 Contact Contact us	2.55	2.34

Textgestaltung!

Problemfelder Suchmaschinen



The screenshot shows the baby-walz website interface. At the top left is the logo "baby-walz" with the tagline "Alles Gute für mein Baby". To the right of the logo is a navigation bar with links: "Home", "Direkt bestellen", "Filialen in Ihrer Nähe", "Kontakt", and "AGB". Below the navigation bar is a search bar with the text "Suche" and "schnuller" entered. The search bar is circled in red. To the right of the search bar is a shopping cart icon labeled "Warenkorb" with "0 Artikel 0,00 EUR" below it. Below the search bar is a horizontal menu with categories: "Umstands-Mode", "Baby Mode", "Körperpflege", "Essen & Trinken", "Bücher", "Spiel & Spaß", "Schlafen & Relaxen", "Sicherheit", "Auf Achse", "Wohnen", and "Starke Marken". Below the menu is a breadcrumb trail: "Sie befinden sich: Home > schnuller". The main content area shows search results for "schnuller". On the left is a sidebar with filters for "Rubriken" (Bücher & Medien (4), Körperpflege (6), Schlafen & Relaxen (51), Essen & Trinken (2), Spiel & Spaß (1)) and "Preise" (< 4,00 (28)). The main content area displays a grid of products: "Jakob und sein Schnuller" (5,90 EUR), "Schnuller-Thermometer" (7,50 EUR), "Schnuller-Thermometer" (7,50 EUR), "Schnullerketten-Buch", "Schnullerband", and "Schnullerbox". On the right is a login section with fields for "Email" and "Passwort", a "Login" button, and a "Jetzt neu registrieren!" link. At the bottom of the page is a footer with "Friends & Fun" and a small green square icon.

Textgestaltung!

Einladung:
Starten Sie den Selbstversuch

Keywords – Positionierung – TOP 32 SEO-Consultants

1. Title Tag 4.9
2. Body Text 3.7
3. Inhalt im Bezug zu Keywords (Semantik) 3.4
4. Überschrift in H1 Tag 3.3
5. Domain-Name 3
6. Seiten-URL 2.8
7. Überschrift in H2 – H(n) 2.8
8. Alt Tags und Image Title 2.6
9. Keywords fett 2.3
10. Meta Tag Description 2.0
11. Meta Tag Keywords 1.2

Platz 1 erreichen – „Suchmaschinenoptimierte Texte“

Textgestaltung!

The image shows a Google search result for the query "suchmaschinenoptimierte texte". The top result is from "text-gold.de" with the title "Checkliste: Suchmaschinenoptimierte Texte | text-gold.de". A red arrow points from this search result to a preview of the website's content. The preview shows the website header "Text-Gold" and a main article titled "Checkliste: Suchmaschinenoptimierte Texte" dated 23 SEP 2008. The article content includes a quote from the NY Times and a list of categories for the checklist.

Google Search Results:

- Suchmaschinenoptimierte texte
- Suche
- Erweiterte Suche
- Einstellungen
- Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland
- Personalisiert auf der Basis Ihres Webprotokolls. Detailliertere Informationen
- Web
- Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 15.200 für **suchmaschinenoptimierte texte**. (0,43 Sekunden)

Search Results:

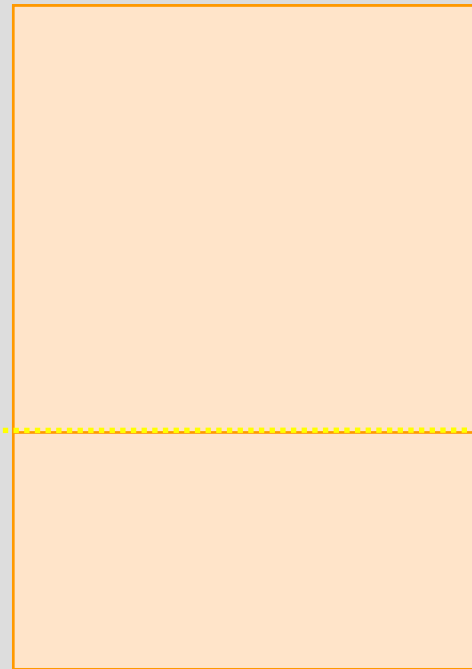
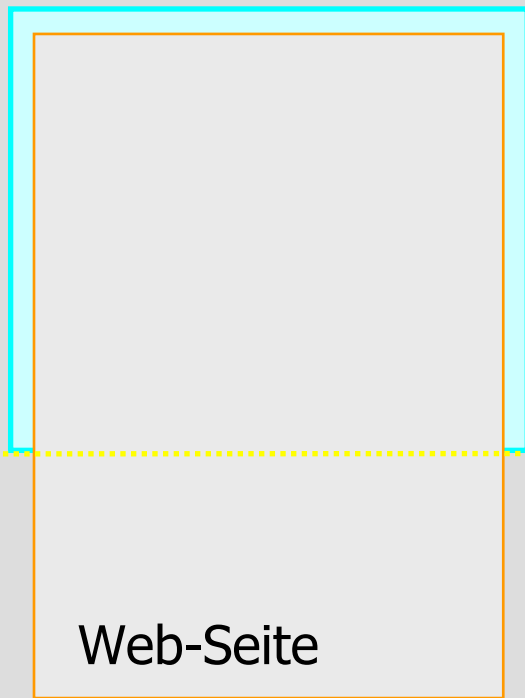
- Checkliste: Suchmaschinenoptimierte Texte | text-gold.de**
Eine meiner absoluten Lieblingsüberschriften heißt: This Boring Headline Is Written for Google (der NY-Times-Artikel dazu ist auch sehr lesenswert).
www.text-gold.de/praxistipps-fuer-online-redakteure/checkliste-suchmaschinenoptimierte-texte/ - 40k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- Suchmaschinenoptimierte Texte (SEO-Texte) vor dem Aus? | text-gold.de**
Das Thema **suchmaschinenoptimierte Texte** beschäftigt mich immer wieder. Jetzt meldet Google eine Ergänzung der Funktionen um einen Web 2.0 Ansatz - das.
www.text-gold.de/fundstuecke/suchmaschinenoptimierte-texte-seo-texte-vor-dem-aus/ - 39k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
[Weitere Ergebnisse von www.text-gold.de »](#)
- Suchmaschinen-Spezialist » Suchmaschinenoptimierte Texte - Beispiel 2**
Suchmaschinenoptimierte Texte - Beispiel 2. An dieser Stelle möchte ich kurz ein weiteres Beispiel für die Anwendung **Suchmaschinenoptimierter Texte** zeigen. ...
suchmaschinen-spezialist.de/index.../suchmaschinenoptimierte-webseiten/texte/suchmaschinenoptimierte-texte-beispiel... - 14k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- Keywordtexte und suchmaschinenoptimierte Texte vom Texter | Die ...**
Für die Suchmaschinenfreundlichkeit Ihrer **Texte** - Günstige Keywordtexte.
www.textologen.de/texter-rezensionen/keywordtexte.html - 10k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
- Suchmaschinenoptimierte Seiten Texte schreiben | Smarte ...**
Suchmaschinenoptimierte Seiten schreiben, zu einer Zeit, in der alle über **suchmaschinenoptimierte** Seiten reden ... schöpfen wir hier aus dem Vollen: Smarte, ...
www.werbetexterin.de/texter-webseiten/seiten/suchmaschinenoptimierte-seiten.html - 56k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Text-Gold Website Preview:

- HOME IMPRESSUM
- 23 SEP 2008
- Checkliste: Suchmaschinenoptimierte Texte
- Eine meiner absoluten Lieblingsüberschriften heißt: "This Boring Headline Is Written for Google" (der NY-Times-Artikel dazu ist auch sehr lesenswert). Schreiben für Google heißt nicht zwangsläufig Qualitätsverlust, denn eine kluge Suchmaschinenoptimierung führt in der Regel auch zu einer besseren Ausrichtung auf den User. Da Suchmaschinenoptimierung beim Autor beginnt, hier als Unterstützung für den Online-Redakteursalltag eine Checkliste zur SEO.
- Darauf müssen Sie achten, wenn Sie Texte schreiben wollen, die Google findet:
- Title-tag
 - Ist ihr Title-tag aussagekräftig?
 - Sind die 1-3 wichtigsten Keywords im Title-tag?
- Kategorien
 - Fundstücke (68)
 - Intranet (5)
 - Praxistipps für Online-Redakteure (18)
 - Qualität für Online-Texte (44)
 - Internes (132)
 - Organisation von Online-Redaktionen (41)
 - Prozesse in Online-Redaktionen (33)

Navigation in einer Seite

Bildschirm



sichtbar

sichtbar erst
nach Scrollen

Textgestaltung!

Texten für das Internet – aus der Praxis

- Lesegeschwindigkeit am Bildschirm ist um 25-30 Prozent langsamer
- Nur 16% aller Internetnutzer lesen Texte ganz
- „Gefühlter“ Zeitdruck
- Am Bildschirm wird unkonzentrierter und ungenauer gelesen
- Leser scrollen ungern
- Neues Medium für den Autor, der bisher hauptsächlich lineare Texte gewohnt war

Informationsaufnahme am Bildschirm

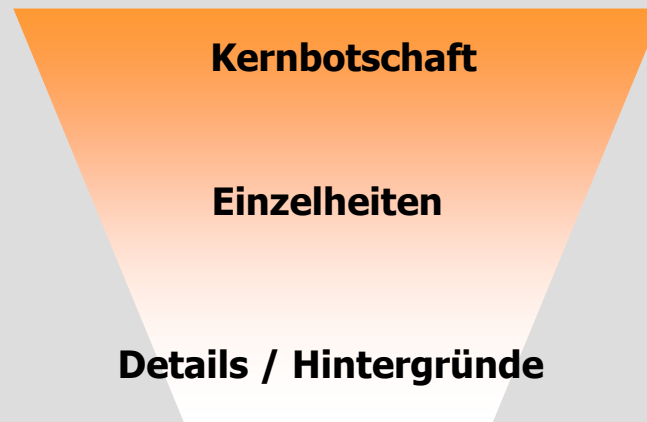
Die Berufsgenossenschaften stellen fest: Während eines Arbeitstages machen wir

- 12.000 bis 33.000 Kopf- und Blickbewegungen
 - 4.000 bis 17.000 Pupillenreaktionen
- Deshalb ist es besonders wichtig, dass Inhalte scanbar sind!

Texten für das Internet – die Struktur

- **Das Wichtigste zuerst!**

Wichtigkeit:



Das Scanbarmachen von Inhalten

Textgestaltung!



The screenshot shows the IBM Germany website with a search bar and a navigation menu. The main content area displays a press release titled "Miele's intelligente Waschmaschine: mobiles e-business für's Alltägliche".

Suche

 IBM gesamt Go

Press Room
 Presseinfos
 Wirtschaftspresse
 Consumer-/Online Medien
 Fachpresse
 Branchenpresse
 Messen & Veranstaltungen
 Archiv
 Fotos
 Videomaterial
 Veranstaltungen
 Kontakte
 Press-Guide
 IBM Organisation

Wirtschafts- und Fachpresse

Hintergrundinformation

Miele's intelligente Waschmaschine: mobiles e-business für's Alltägliche

Gemeinsam mit dem in Europa führenden Hausgerätehersteller Miele lotet IBM die Möglichkeiten von Internet und e-business im Alltag aus. Das Traditionsunternehmen in Familienbesitz mit Hauptsitz in Gütersloh beschäftigt in neun Werken in Deutschland und einem in Österreich 15.000 Mitarbeiter. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 1999/2000 4,25 Milliarden DM. Fast 60 Prozent der Produktion gehen in den Export. Miele verfolgt die Strategie, mit zukunftsgerichteten Innovationen seine Marktposition zu stärken und auszubauen. Dazu gehört es, alle Geschäftsprozesse und Anwendungen zu integrieren, um die Potenziale von e-business (E2B) auszuschöpfen. Durch die Integration können dann die Miele-Händler über ein Händler-Portal mit Shop die neuesten Miele-Angebote und Produkte kennenlernen, bestellen und dadurch schneller und erfolgreicher die Endkunden bedienen. Die Partnerschaft von Miele und IBM ist die naheliegende Konsequenz einer jahrelangen, erfolgreichen Zusammenarbeit gerade bei e-business Initiativen, die, ausgehend von der Entwicklung und Einführung einer E-Procurement Lösung 1997, nun auf die Integration der SAP Backend-Systeme mit E-Commerce, E-Procurement, Customer Relationship Management, Supply Chain Management und Mobile Computing ausgeweitet werden soll - also auf die ganze Wertschöpfungskette vom Lieferanten bis zum Kunden. IBM Global Services begleitet den e-business Transaktionszyklus von der Unternehmensanalyse über die Strategieberatung bis zum Entwurf und zur Implementierung der IT-Infrastruktur.

Neben der allgemeinen Wartung übernimmt IBM Global Services im Zuge des Outsourcing auch das komplette Management von einzelnen Anwendungen bis hin zur kompletten Unternehmens-IT.

Ein gemeinsames Projektteam von Miele und IBM Global Services entwickelte dabei ein Szenario mit einer "intelligenten Waschmaschine". Der Pilot veranschaulicht die Vorteile der virtuellen Steuerung eines Waschmaschinenpools in Mietshäusern. Das zugrundeliegende Problem: In Mehrparteien-Wohneinheiten stehen den Mietern oft gemeinsame Waschmaschinen zur Verfügung. Die Herausforderung besteht nun darin, die Nutzung der Maschine zu koordinieren und eventuell auftretende Störungen umgehend zu beheben. Die Lösung sieht wie folgt aus: Die mit Internet-Servern samt Firewall und GSM-Funkvorrichtung ausgestattete Waschmaschine ist mit dem Internet und dem Miele-Netzwerk verbunden. Die Mieter können nun über das (mobile) Internet nachsehen, wann welche Maschine frei ist und ihre Waschzeit buchen. Der so genannte Washing Machine Manager stellt verschiedene Termine zur Auswahl und bestätigt den gewünschten Belegungszeitpunkt online. Kann der Mieter die Reservierung nicht einhalten, verlegt er die Uhrzeit einfach über WAP-Handy, PC oder Telefon mittels Spracherkennung. Der aktuelle Status und das Ende des Waschvorgangs werden bei Bedarf direkt über SMS an das Handy des Mieters zurückgemeldet.

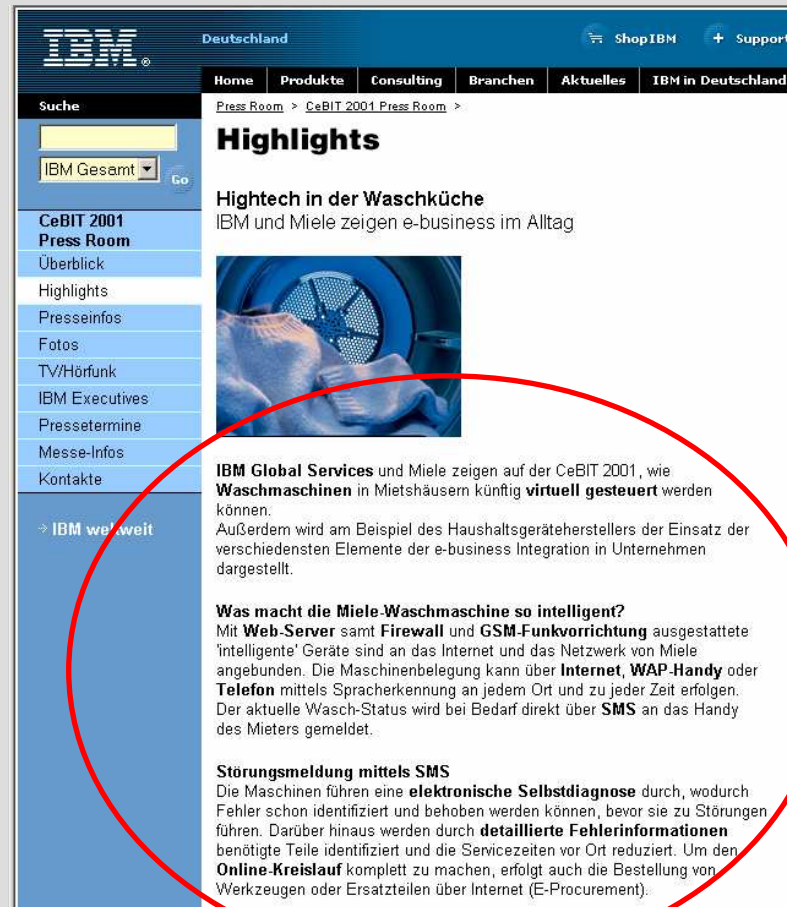
Doch damit nicht genug: die Maschinen führen außerdem eine elektronische Selbst-Diagnose durch. Sollten Wartungen anstehen oder Störungen auftreten, werden sie unverzüglich per SMS an den Hausmeister sowie an das Miele Call Center weiter geleitet, das die Meldung klassifiziert. Kann der

Fertig

Das Scanbarmachen von Inhalten

Text „fett“

Textgestaltung!



Summary:

Texthervorhebungen schaffen Lesefreundlichkeit

Vorsicht: Weniger ist mehr!

Das Modularisieren von Inhalten

Vernetzen/Verknüpfen

Textgestaltung!

Maximale Sicherheit mit der Kfz-Haftpflicht der Allianz

Im permanent zunehmenden Straßenverkehr begeben Sie sich auf ein gefährliches Pflaster. Ein Kraftfahrzeug wird daher auch nicht ohne Kfz-Haftpflicht zugelassen. Zu Ihrem eigenen Vorteil: Schon eine kleine Unachtsamkeit beim Fahren kann Konsequenzen haben, für die schlimmstenfalls ein Leben lang gerastehen müssen.

Optimale Versorgung und maximale Sicherheit. Wer heute Sicherheit will, erwartet auch Full Service. Von uns bekommen Sie als Autofahrer beides. Dann wir erweitern ständig unsere Versicherungsleistungen rund ums Auto, damit Sie auf der sicheren Seite fahren. Überzeugen Sie sich selbst!

Nutzen Sie Ihre Vorteile bei der Allianz

- Maßgeschneiderte Beiträge durch Berücksichtigung individueller Merkmale
- Abwehr unbegründeter Schadenersatzforderungen
- Schnelle und zuverlässige Schadenregulierung inkl. 24-Stunden-Schaden-Hotline
- Der Allianz Fachmann in Ihrer Nähe steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

verwandte Themen

- Teilkasko
- Vollkasko
- Allianz Autophi
- ECOMotion - CO2-neutral fahren

Basis-Schutz: Die Allianz Teilkasko mit Ausland Schadensschutz

Sie hatten noch nie einen Unfall und sind ein sicherer Fahrer. Doch was tun, wenn Ihr Fahrzeug durch Hagel oder herabstürzende Äste bei einem Sturm beschädigt wird?

Allianz Teilkasko – Mit Sicherheit gut fahren. Profitieren Sie von diesem leistungsstarken Produkt, unseren fairen Tarifen, unserem klassischen, schnellen Service. Überzeugen Sie sich selbst!

verwandte Themen

- Teilkasko
- Kfz-Haftpflicht

Rundum-Schutz: Die Allianz Vollkasko

Vor unvorhersehbaren Schäden am Auto ist niemand sicher. Besonders unerfreulich ist es jedoch, wenn Sie den Schaden an Ihrem Fahrzeug selbst verursacht haben. Mit der Allianz Vollkasko fahren Sie auf der sicheren Seite.

Sicherheit und Schutz: Die Kombination, mit der Sie gut fahren. Profitieren Sie von diesem leistungsstarken Produkt, unseren fairen Tarifen und einem verlässlichen, schnellen Service. Überzeugen Sie sich selbst!

Reparaturkosten? Nicht länger Ihr Problem! Wenn Sie Ihr Fahrzeug optimal absichern wollen, ist die Allianz Vollkasko die ideale Lösung. Sie erspart Ihnen jede Menge Ärger, weil sie für Schäden an Ihrem Fahrzeug aufkommt. Egal ob es sich beispielsweise um mutwillige Beschädigung, Zerstörung oder um selbst verschuldete Schäden an Ihrem Fahrzeug handelt.

verwandte Themen

- Teilkasko
- Kfz-Haftpflicht

Beispiel aus dem Alltag: Das zerkratzte Auto

Michael D. ist mit seiner Familie auf Shoppingtour. Sein Fahrzeug hat er im Parkhaus abgestellt. Bei der Rückkehr muss er feststellen, dass die Frontscheibe des Autos zerkratzt ist. Er ist entsetzt, weil er das Auto gerade erst gekauft hat. Er möchte wissen, was er tun kann.

verwandte Themen

- Teilkasko
- Kfz-Haftpflicht

Anforderungen an Online-Redakteure




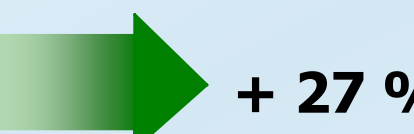

Wie können Sie den Nutzer / Leser dabei unterstützen?

- Nutzenaspekt für Anwender steht im Vordergrund
- Einfach und schnell zu lesende Artikel
- Konstruktionsprinzip Wichtigkeit bei vollständigen Informationen
- Berücksichtigung interner und externer Suchmaschinenfunktionen

Zentrale Frage:

Sind Sie und Ihr Team bereit?

Maßnahmen und der Effekt:

Maßnahme:	Veränderung d. Benutzerfreundlichkeit 	
Textkürzung 50 %		+ 58 %
Anpassung Layout		+ 47 %
sachlicher Stil		+ 27 %
Kombination d. Maßnahmen	 + 124 %	

Gedächtnisleistung
erfolgreiche Suche
Lesegeschwindigkeit
Orientierung
Zufriedenheit

Vielen Dank

Ihr Ansprechpartner:
Saim Alkan

aexea communication. content. consulting
Stuttgart - Leipzig

Augustenstr. 15
D-70178 Stuttgart

Telefon +49 (0)711 / 870 354 90
Telefax + 49 (0)711 / 870 354 91
saim.alkan@aexea.de