(((UNFORMATIERT)))

Probeseite ((Name))

Auf einer Webseite sollen die RUB-Beschäftigten Ihre gesuchten Informationen schnell finden. Dabei helfen ein durchdachter Aufbau der Seite, eine gute Strukturierung der Inhalte und leserliche Texte.

Die wichtigste Regel zum Aufbau von Webseiten: Das Wichtigste sollte zuerst kommen, weitere Inhalte möglichst mit abnehmender Relevanz. Bedenken: Online-Texte werden selten komplett gelesen

In der Regel „scannen“ die User die Seiten nach den gesuchten Informationen ab und wollen schnell erfassen, ob sie sich auf der richtigen Seite befinden. Daher müssen die Inhalte gut ausgezeichnet und strukturiert sein.
Viele Elemente helfen dabei, den Text aufzulockern, leserlicher zu machen und gesuchte Informationen schneller zu finden.
Elemente für mehr Übersichtlichkeit auf Webseiten sind Anrisstext, Absätze, Zwischenüberschriften, Aufzählungen (nummeriert oder unnummeriert), Verweise und verlinkte Buttons, Bilder, Infografiken, Tabellen, Infoboxen und Klappboxen und der Kontakt unten auf der Seite.
Der Anrisstext ist ein erstes Gestaltungselement. Er hebt sich ab und fasst die Inhalte kurz zusammen bzw. führt in das Thema der Seite ein. So ist direkt klar, ob eine Seite die gesuchten Informationen enthält. Dies ist ein Fließtext. Da sie Zeilen recht kurz sind, ist der Text zwar sehr bequem zu lesen, wird aber auch schnell recht lang und unübersichtlich. Daher sollten viele Abätze gemacht werden – weit mehr, als Sie in einem Word-Dokument setzen würden. Zwischenüberschriften gliedern den Text und geben auch inhaltliche Orientierung, wenn in ihnen die wichtigsten Schlagworte für den Inhalt des Absatzes auftauchen. So kann die Seite bequem überflogen und auch gelesen werden, auch wenn es mal ein wenig mehr Informationen aufzunehmen gibt. Für noch mehr Struktur stehen mehrere Überschriftentypen zur Verfügung. Nummerierte Aufzählungen oder sogenannte „Bullet Points“ sind bequem lesbar und geben maximale Übersicht – denken Sie etwa an Ihre To Do-Listen.
Der Mensch ist ein „Augentier“. Visuelle Informationen werden leichter aufgenommen und verarbeitet als alle anderen Formen der Kommunikation. Wir nehmen 80% aller Informationen über die Augen wahr. Stockfotos haben allerdings weit weniger Wirkung auf Leser als authentisches Bildmaterial oder gut aufbereitete Infografiken.

Verweise zeigen den Weg zu „Nebenschauplätzen“. Besonders auffällig wird ein solcher Link, wenn er als Button formatiert ist. Buttons haben große Animationswirkung auf die User, daher sollten sie gezielt eingesetzt werden, ohne die Seite unübersichtlich zu machen.

Eine Infobox ist ein echter Eycatcher. Mit dieser Box werden Zusatzinformationen zum Hauptinhalt geliefert. Die aufklappbare Infobox liefert zusätzliche Informationen zu einem Thema. Sie bündelt platzsparend Informationen, die jedoch erst auf Klick sichtbar werden. Deshalb sollten keine elementaren Informationen in der Faltbox stehen. Gerade gleichwertige Informationshäppchen wie etwa Fragenkataloge können jedoch in Faltboxen sehr übersichtlich dargestellt werden.

Am Ende einer Webseite sollte kein User „ins Leere“ scrollen. Wer unten angekommen ist, ohne die gesuchten Informationen gefunden zu haben, steht wenigstens vor dem Angebot, Kontakt zur Fachfrau oder zum Fachmann aufzunehmen.

Der gefürchtete „Verwaltungssprech“ – lange, verschachtelte Sätze und Passivkonstruktionen –bremsen nicht nur den Lesefluss, sondern verschleiern auch oft bei Prozess-Beschreibungen, wer konkret aktiv werden muss. Unsere Schreibregeln und -Konventionen sind an die der Hochschulkommunikation angelehnt und helfen dabei, leserliche und verständliche Texte zu schreiben.

Handout: So schreiben wir fürs Web ((Link))

((FORMATIERT))
Probeseite ((Name))

Auf einer Webseite sollen die RUB-Beschäftigten Ihre gesuchten Informationen schnell finden. Dabei helfen ein durchdachter Aufbau der Seite, eine gute Strukturierung der Inhalte und leserliche Texte.

Aufbau

Die wichtigste Regel zum Aufbau von Webseiten: Das Wichtigste sollte zuerst kommen, weitere Inhalte möglichst mit abnehmender Relevanz. Bedenken: Online-Texte werden selten komplett gelesen

((Bild einfügen))

Struktur

In der Regel „scannen“ die User die Seiten nach den gesuchten Informationen ab und wollen schnell erfassen, ob sie sich auf der richtigen Seite befinden. Daher müssen die Inhalte gut ausgezeichnet und strukturiert sein.

Viele Elemente helfen dabei, den Text aufzulockern, leserlicher zu machen und gesuchte Informationen schneller zu finden.

Elemente für mehr Übersichtlichkeit auf Webseiten

Anrisstext

Absätze

Zwischenüberschriften

Aufzählungen, nummeriert oder unnummeriert

Verweise und verlinkte Buttons

Bilder, Infografiken, Tabellen

Infoboxen und Klappboxen

Kontakt unten auf der Seite

Anrisstext

Der Anrisstext ist ein erstes Gestaltungselement. Er hebt sich ab und fasst die Inhalte kurz zusammen bzw. führt in das Thema der Seite ein. So ist direkt klar, ob eine Seite die gesuchten Informationen enthält.

Absätze

Dies ist ein Fließtext. Da sie Zeilen recht kurz sind, ist der Text zwar sehr bequem zu lesen, wird aber auch schnell recht lang und unübersichtlich. Daher sollten viele Abätze gemacht werden – weit mehr, als Sie in einem Word-Dokument setzen würden.

Zwischenüberschriften

Zwischenüberschriften gliedern den Text und geben auch inhaltliche Orientierung, wenn in ihnen die wichtigsten Schlagworte für den Inhalt des Absatzes auftauchen. So kann die Seite bequem überflogen und auch gelesen werden, auch wenn es mal ein wenig mehr Informationen aufzunehmen gibt. Für noch mehr Struktur stehen mehrere Überschriftentypen zur Verfügung.

Listen/Aufzählungen

Nummerierte Aufzählungen oder sogenannte „Bullet Points“ sind bequem lesbar und geben maximale Übersicht – denken Sie etwa an Ihre To Do-Listen.

Bilder/Grafiken/Tabellen

Der Mensch ist ein Augentier. Visuelle Informationen werden leichter aufgenommen und verarbeitet als alle anderen Formen der Kommunikation. Wir nehmen 80% aller Informationen über die Augen wahr. Stockfotos haben allerdings weit weniger Wirkung auf Leser als authentisches Bildmaterial oder gut aufbereitete Infografiken.

Verweise und Buttons

Verweise zeigen den Weg zu „Nebenschauplätzen“. Besonders auffällig wird ein solcher Link, wenn er als Button formatiert ist. Buttons haben große Animationswirkung auf die User, daher sollten sie gezielt eingesetzt werden, ohne die Seite unübersichtlich zu machen.

Die Infobox

Eine Infobox ist ein echter Eycatcher. Mit dieser Box werden Zusatzinformationen zum Hauptinhalt geliefert.

Die Klappbox

Die aufklappbare Infobox liefert zusätzliche Informationen zu einem Thema. Sie bündelt platzsparend Informationen, die jedoch erst auf Klick sichtbar werden. Deshalb sollten keine elementaren Informationen in der Faltbox stehen. Gerade gleichwertige Informationshäppchen wie etwa Fragenkataloge können jedoch in Faltboxen sehr übersichtlich dargestellt werden.

Kontakt am Ende der Seite

Am Ende einer Webseite sollte kein User „ins Leere“ scrollen. Wer unten angekommen ist, ohne die gesuchten Informationen gefunden zu haben, steht wenigstens vor dem Angebot, Kontakt zur Fachfrau oder zum Fachmann aufzunehmen.

Texten (nicht nur) für das Web

Der gefürchtete „Verwaltungssprech“ – lange, verschachtelte Sätze und Passivkonstruktionen –bremsen nicht nur den Lesefluss, sondern verschleiern auch oft bei Prozess-Beschreibungen, wer konkret aktiv werden muss.

Unsere Schreibregeln und -Konventionen sind an die der Hochschulkommunikation angelehnt und helfen dabei, leserliche und verständliche Texte zu schreiben.

Handout: So schreiben wir fürs Web ((Link))