

Leitfaden

Einfach schreiben fürs Internet

Unsere Tipps für gute Lesbarkeit:

1. Bitte benutzen Sie **kurze, leicht verständliche (Haupt-)Sätze** (höchstens 15 bis 20 Wörter). Jeder Satz sollte möglichst nur eine Information enthalten. Lange, verschachtelte Bandwurmsätze mit vielen Nebensätzen sind schwer lesbar und bleiben beim User nicht hängen. Nicht nur hier gilt: Weniger ist mehr.
2. Überfordern Sie Ihre User nicht mit langen Texten, für die sie viel scrollen müssen. Machen Sie **mehr Absätze** als normal und lockern Sie Ihren Text zum Beispiel mit **Fotos, Zwischenzeilen** oder **Aufzählungen** auf. Das trägt zur besseren Lesbarkeit bei und verhindert, dass der Text den Leser „erschlägt“.
3. Das **Wichtigste** steht am Anfang. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein User einen Text bis zu Ende durchliest, ist sehr gering. Deswegen sollten Sie bereits im ersten Satz Ihre Botschaft herüberbringen. Ist der erste Satz zu lang oder uninteressant, verliert der User womöglich das Interesse und verlässt die Seite. Diese Hierarchie zieht sich durch den gesamten Text: Das Wichtigste steht am Anfang, Hintergründe und Detailinformationen am Ende.
4. Bitte vermeiden Sie **Passivkonstruktionen** (Beispiel: „Im nächsten Schritt wurde die Umfrage ausgewertet“). Bei fast jedem Vorgang gibt es jemanden, der etwas tut, sodass wir den Satz aktiv formulieren können („Im nächsten Schritt wertete die Projektgruppe die Umfrage aus“).
5. Vermeiden Sie den **Nominalstil** (Beispiel: „Die Überprüfung der Korrektheit der These erfolgte durch die Arbeitsgruppe“). Substantive können Sie recht einfach durch Verben ersetzen. Der Nominalstil klingt steif und nach Beamtendeutsch. **Verben** hingegen machen einen Text lebendig und anschaulich („Die Arbeitsgruppe hat überprüft, ob die These korrekt ist“).
6. Bitte vermeiden Sie **Fremd- und Fachwörter**. Fremdwörter können Sie durch deutsche Begriffe (außer sie sind verständlich und treffend, z.B. „Ironie“) ersetzen, Fachwörter umschreiben. Wo Sie Fremd- und Fachwörter nicht ersetzen können, erklären Sie sie kurz, knapp und verständlich. Im Zweifel entscheiden Sie sich bitte immer dafür, schwer verständliche Begriffe zu erläutern, denn Sie dürfen nicht davon ausgehen, dass Ihre User Ihr Hintergrundwissen haben.
7. Vermeiden Sie **Füllwörter** (z.B. „gar“, „ja“, „auch“). Sie plustern einen Satz damit unnötig auf und lenken vom Eigentlichen ab. Nutzen Sie **keine Abkürzungen** wie etc./bzw./bspw. sondern schreiben Sie diese für eine bessere Lesbarkeit des Textes aus.
8. Wenn es um die bloße Informationsvermittlung geht, schreiben Sie bitte **sachlich und wertfrei**. Vermeiden Sie stilistische Manierismen und Ironie.
9. Schreiben Sie **konkret**, nicht abstrakt. Wenn es konkrete Beispiele für einen abstrakten Vorgang gibt, benennen Sie diese. Dadurch wird ein Text nachvollziehbarer und lebensnaher.
10. Verwenden Sie Wörter mit Zeitbezug wie „**gestern**“, „**heute**“, „**morgen**“, „**letztes/vergangenes** (Jahr)“, „**dieses** (Jahr)“, „**nächstes** (Jahr)“ nicht auf Ihren Webseiten. Da die Texte über einen längeren Zeitraum abrufbar sind, stimmen die Zeitbezüge sehr schnell nicht mehr. Nennen Sie konkrete Daten: „am 3. September“, „im Jahr 2011“ etc.
11. Benutzen Sie nur **Abkürzungen**, die für Ihre User geläufig sind (z.B. „RUB“, „NRW“). Bei nicht geläufigen Abkürzungen ist es notwendig, diese einmal zu erklären („Das Exzellenzcluster

Resolv (Ruhr Explores Solvation) organisiert die Ausstellung im Blue Square“). Danach können Sie durchaus die Abkürzung (ohne Erklärung) verwenden.

12. Der **Apostroph** wird im Englischen anders verwendet als im Deutschen. „Das ist Anna’s Buch“ ist falsch, richtig muss es heißen: „Das ist Annas Buch“.
13. Eine ähnliche Fehlerquelle ist der **Plural**. Vor allem gängige Begriffe aus dem lateinisch-romanischen Sprachraum stehen oft bereits im Plural. Falsch sind also Wörter wie „Alumnis“ oder „Spaghettis“. Das „s“ muss jeweils weggelassen werden.
14. Das Landesgleichstellungsgesetz für NRW hält uns an, auf die **sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern** zu achten. Aus journalistischer Sicht empfehlen wir, auf Hilfsmittel wie Gender Gap, Gender-Sternchen oder Binnenmajuskel zu verzichten. Diese sind schwer lesbar und verkomplizieren einen Text. Eine Lösung ist beispielsweise, sowohl die weibliche als auch die männliche Form zu nutzen („Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler“).

Außerdem gut zu wissen:

- Bitte **siezen** Sie Ihre User. Geduzt wird ausschließlich in den sozialen Netzwerken der RUB (Facebook, Twitter etc.).
- Für unsere Universität gibt es nur eine richtige Schreibweise: **Ruhr-Universität Bochum**. Die Abkürzung lautet RUB. Auch im Englischen bleibt der deutsche Eigenname erhalten.
- Den Begriff „Forumsplatz“ gibt es nicht, auch wenn Sie ihn sogar geschrieben in unseren Parkhäusern finden. „**Forum**“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet soviel wie „(Markt-)Platz“. „Forumsplatz“ hieße damit übersetzt „Platzplatz“. Bitte schreiben Sie einfach „Forum“.
- Unser Veranstaltungshaus „**Blue Square**“ in der Innenstadt trägt den Artikel „das“ (und nicht „der“). Am besten merken Sie sich den passenden Artikel mit der Eselsbrücke „das Gebäude“ oder „das Haus“.
- Vielleicht möchten Sie Ihrer Einrichtung, einer neuen Arbeitsgruppe, einem neuen Projekt, Raum oder Gebäude **einen (neuen) Namen geben**, der den Regeln der deutschen Sprache entspricht und (trotzdem) gut klingt. Das Dezernat Hochschulkommunikation berät Sie gern: <http://www.uv.ruhr-uni-bochum.de/dezernat8>
- Vielleicht der wichtigste Tipp: Auf der **Duden**-Webseite <http://www.duden.de/rechtschreibpruefung-online> können Sie kostenlos und sehr schnell überprüfen, ob Ihre Texte grammatikalisch und rechtschreiblich richtig sind.