

## Kurzzusammenfassung:

Das Internet ist schnell: Alles ist im Nu online. Schnell ist auch der Leser oder der User. Ein Klick – und schon ist er eine Seite weiter. Und holt sich die nächste Info. Im folgenden Text erfahren Sie: Wie schreibe ich so, dass mein Publikum möglichst viel in kurzer Zeit erfasst?

Schlanke Texte, die auf den Punkt kommen:

# Schreiben fürs Internet.

von Dirk Lehmannski

**E**in Freund sagt immer: „So ein Quatsch, Webtext oder gedruckter Text, das ist doch das Gleiche.“ Stimmt. Zumindest die Sprache ist dieselbe. Und theoretisch können wir im Internet auch so schreiben wie in einer Broschüre. Aber wahrscheinlich liest es dann keiner. Oder zumindest nicht lange.

Bei der Lektüre von Büchern oder Artikeln über Webtext stoße ich immer auf die Aussage, Text im Internet werde nur gescannt. Stimmt vielleicht auch. Zumindest manchmal. Wenn Sie wissen möchten, wie viel Zinsen Sie steuerfrei erwirtschaften dürfen, scannen Sie die Internet-Seiten nach dem gesuchten Betrag. Wahrscheinlich machen das aber auch nur erfahrene User so. Ich vermute, dass Internet-Neulinge ein wenig anders bei der Suche vorgehen. Weil sie es von den Printmedien so gewohnt sind.

## WARUM HAT LIESCHEN MÜLLER IM LOTTO GEWONNEN?

Ansonsten sagt mir meine eigene Lese-Erfahrung, dass ich Texte im Internet weitgehend so lese wie ein Buch oder einen Zeitschriften-Artikel. Was in der Natur der Sache liegt: Wenn mich ein Thema interessiert, will ich auch viel darüber erfahren. Wenn ein Vorspann wie ein Spannung aufbauender Teaser geschrieben ist, zieht mich der Autor in den Text hinein. Ich will wissen, warum Lieschen Müller im Lotto gewonnen hat, obwohl sie ihren Schein gar nicht abgegeben hat. Wie Sie Teaser am besten schreiben, erfahren Sie im Kapitel „**Der Teaser – ein Minirock in Textform**“.

Das Online-Publikum scannt Internet-Texte also nur, wenn es nach relevanten Informationen sucht. Deshalb liegt es nahe, die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten hervorzuheben, zu fetten, freizustellen, in Kästen und Zwischenzeilen zu packen. Wir brauchen eine Darstellung,

die schnell zu erfassen ist. Und selbst dafür gibt es Gegenbeispiele: Der Redakteur einer Webseite mit exklusiven Infos muss sich wirklich nicht sonderlich anstrengen. Seine User kommen ja doch. Weil sie wissen wollen, was es Neues gibt. Und wenn es nur die aktuellen Lottozahlen sind – wenn sie sonst keiner veröffentlicht.

### **FASSE DICH KURZ. AUCH WENN DU ES LÄNGER SAGEN KANNST**

Welche Art von Texten lesen wir im Internet? Ein Unternehmer informiert über sich selbst, über seine Leistungen oder Produkte. Wir lesen journalistische Texte, die sich mit aktuellen Ereignissen befassen. Und wir lesen in Wikis. Und dann wären da noch die Werbebotschaften, von denen jeder Mensch mehrere Tausend am Tag empfängt: Wir lesen und sehen jeden Tag so viel, dass wir uns nicht mit langwierigen Nebensätzen aufhalten möchten.

Es mag ein wenig arrogant klingen – was ich gerne in Kauf nehme: Aufgrund meiner eigenen Texter-Arbeit bin ich schon fast beleidigt, wenn ich Texte im Internet lese, die nicht den Kriterien des Mediums genügen. Aus gutem Grund: Es ist gar nicht so schwierig, internetgerechte Texte zu verfassen. Vorausgesetzt, wir können logisch schreiben. Und setzen dem Leser die Informationen so vor, dass er dem Sinnzusammenhang folgen kann. Ohne groß nachdenken zu müssen. Eigentlich eine Selbstverständlichkeit. Oder doch nicht?

### **WIE SCHREIBE ICH FÜR DAS INTERNET?**

Auf jeden Fall interessant. Das fängt bei den Zwischenüberschriften an, ohne die Sie keinen Text im Internet veröffentlichen sollten: Wir brauchen sprechende Zwischenüberschriften, die den Leser führen, bei der Hand nehmen,

ihm einen Grund geben weiterzulesen. Eine sprechende Überschrift ist keine doppeldeutige Headline, die vor lauter Wortspielen zusammenbricht – und sie ist vor allem nicht abstrakt. Eine sprechende Überschrift informiert. Sie hält den Leser bei Laune, indem sie ihm kleine Lesehappen vor die Füße wirft. Und sie strukturiert den Text – einfach nur, weil sie da ist.

Beispiel:

Wo Sie im Ausland Bargeld abheben.

Der Leser weiß sofort, was ihn erwartet. Das wäre bei der folgenden Zwischenüberschrift nicht der Fall gewesen: „Geldautomaten“ – sagt kaum was aus und ist nicht eindeutig.

### **Kurz kommt besser zum Ziel**

Das Schlimmste sind die vielen, vielen Wörter, die die Texte im Internet so aufblähen, dass wir sie mehr als einmal lesen müssen – um sie zu verstehen. Dazu gehören Wörter wie „können“, „dürfen“, „brauchen“, „sollen“ etc. Aber verstehen Sie mich bitte nicht falsch: Auch diese Wörter dürfen Sie benutzen. Aber Sie sollten zweimal überlegen, ob sie diese Hilfsverben wirklich brauchen.

Kommen wir zum Texten. Je mehr ich darüber nachdenke, desto mehr bin ich der Meinung, dass sich der Webtext nicht sehr stark vom Offline-Text unterscheidet. Bei beiden Varianten gilt, den Leser nicht auf die Folter zu spannen. Ihm zu sagen, was er erfahren möchte. Zumindest gilt das für Themen und Texte, die nicht per se gelesen werden. Findet aber ein berühmter Wissenschaftler die Weltformel, lesen seinen Artikel alle, die am Thema interessiert sind – egal, wie kompliziert der Text geschrieben ist. Und in einem Krimi macht gerade das Hinhalten des Lesers den Reiz aus. Für nichtfiktionale

Texte gilt das in der Regel nicht. Und deswegen sollten sich Internet-Autoren an ein paar Regeln halten, wenn sie gelesen werden möchten.

### **Spannung macht gute Krimis und schlechte Web-Texte**

Es ist nicht schön, wenn der Leser im Internet erst das Ende des Satzes lesen muss, um zu verstehen, worum es geht. Also sagen wir ihm schon am Satz-Anfang, was Sache ist und worauf wir hinauswollen. Sonst flüchtet der Leser.

### **Kommen Sie auf den Punkt!**

Soll heißen: Sagen Sie Ihren Lesern ohne große Umschweife, was Sie sagen möchten.

Schlechtes Beispiel:

Um den für unsere Wirtschaft nötigen Wettbewerb sicherzustellen und eine starke Interessengemeinschaft zu bilden, soll der Verband zusätzlich als e. V. geführt werden.

Der Leser will doch zunächst wissen, was Fakt ist. Entsprechend sollte der Satz damit beginnen: „Der Verband soll als e. V. geführt werden“ – und anschließend kommt die Schlussfolgerung: „um den für unsere Wirtschaft nötigen Wettbewerb ... sicherzustellen.“

Das Gleiche gilt für den nächsten kurzen Satz, der schlichtweg nicht organisiert ist. Zu lange muss der Leser warten, bis der Schreibende ihm offenbart, was mit dem Interesse denn nun wirklich los ist:

Schlechtes Beispiel:

Für das Interesse, sich über unseren wunderschönen Bundesverband zu informieren, danken wir Ihnen sehr.

Das Beispiel zeigt: Der Satz beginnt, und der Leser weiß beim Lesen der ersten Wörter nicht, was ihn erwartet. Was ist mit dem „Interesse“? Besser wäre: „Wir danken Ihnen, dass Sie sich über unseren wunderschönen Bundesverband informieren.“ Ist auch Quatsch, weil es für den Leser keinen Informationswert hat, ist aber zumindest so geschrieben, dass der Leser nicht um die Auflösung des Satzes betteln muss.

### **Trennen Sie sich von allem, was unnötig ist**

Folgender Satz erdrückt den Leser mit technischem Ballast und verscheucht ihn mit einer mechanischen Satzkonstruktion:

Schlechtes Beispiel:

Verzicht auf Referenzierung für alle Achsen durch Absolutencoder, reduzierte Eigengewichte und optimierte Gewichtsverteilung sämtlicher Bauteile ermöglichen bestmögliche dynamische Eigenschaften und wartungsfreie, bürstenlose AC-Motoren sorgen für noch mehr Beschleunigung und Höchstgeschwindigkeiten.

Optimiertes Beispiel:

Zugunsten von Absolut-Encodern verzichten wir darauf, alle Achsen zu referenzieren. Bestmögliche dynamische Eigenschaften erreichen wir, indem wir die Eigengewichte reduzieren und das Gewicht aller Bauteile optimal verteilen. Und mit wartungsfreien, bürstenlosen AC-Motoren sorgen wir dafür, dass unsere Maschinen wie geschmiert beschleunigen und sogar Höchstgeschwindigkeiten erreichen.

Auch wenn das „optimierte Beispiel“ länger ist: Es ist leserfreundlicher. Weil erstens Verben vorkommen. Und zweitens der Leser nicht auf die

Folter gespannt wird. Es ist immer klar, wer was macht und warum etwas geschieht. Weil die Nominal-Konstruktionen aufgelöst sind.

### **Synonyme gehören in die Zeitung**

Und dann wäre da noch die journalistisch geprägte Regel, die manchmal auch in Schulen gepredigt wird: „Verwende Synonyme!“ Aus dem Örtchen Datteln wird „die Kanalstadt“, aus Waltrop „die Hebewerkstadt“ und aus dem Protagonisten Karl Müller „der Angestellte“, „der Oer-Erkenschwicker“ oder „der Angler“. Ganz besonders aufmerksame Internet-Leser werden diese Synonyme ohne Probleme der richtigen Person zuordnen. Andere stoßen schnell an ihre Grenzen – vor allem beim flüchtigen Lesen. Nachdem Lokal-Redakteure mir das jahrelang eingetrichtert haben, verwende ich mittlerweile kaum noch Synonyme. Weil es vor allem im Internet nicht passt. Wenn ich ein Wort im nächsten Satz unbedingt noch einmal aufgreifen muss, nehme ich dasselbe Wort – vorausgesetzt, ich habe es zuvor nicht schon zwanzigmal benutzt. Vielleicht werden Synonyme irgendwann das Alleinstellungsmerkmal der Zeitung sein.

### **Verben: Sofort und ohne Wurmfortsatz**

„Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.“ Ein wahres Sprichwort, das für das Texten im Internet die wichtigste Regel ist. Allerdings müssen wir dafür das Deutsche ein wenig strapazieren – was erlaubt ist, aber nicht jedem Deutsch-Puristen gefällt. Aber über Geschmack lässt sich bekanntlich streiten. Die Regel lautet: Nutze das Verb, sobald es geht. Also nicht wie folgt:

### **Schlechtes Beispiel:**

Darüber hinaus wird in unserem Unternehmen unter anderem durch die Diskussion bzw. den Erfahrungsaustausch in Foren und Versammlungen das partnerschaftliche Verhältnis zwischen den Mitarbeitern äußerst positiv beeinflusst.

Der Leser erfährt erst am Ende, was er schon am Anfang des Satzes gerne gewusst hätte: dass ein Verhältnis positiv beeinflusst wird. Allerdings geht das auch einfacher und am besten in zwei Sätzen:

### **Gutes Beispiel:**

Äußerst positiv beeinflussen Diskussion und Erfahrungsaustausch das partnerschaftliche Verhältnis zwischen den Mitarbeitern unseres Unternehmens. Das gilt zum Beispiel für Foren und Versammlungen.

### **Jetzt mach aber mal 'nen Punkt!**

Am besten öfters. Vielleicht sogar nach jedem Satz? Im Internet sind Punkte die Könige der Satzzeichen – neben dem Doppelpunkt, der auch schon superwichtig ist. Ein Punkt hat einen entscheidenden Vorteil: Wir dürfen groß weiterschreiben – und strukturieren den Satz besser als mit einem kleingeschriebenen Anfang. Deshalb sollten wir viel mehr Sätze mit Punkten abtrennen. Aber dennoch drauf achten, dass wir keine Stakkato-Sätze erschaffen. Die sind nämlich irgendwann nicht mehr lustig, sondern lästig. Ein Text fürs Internet ist zumindest formal gelungen, wenn er weniger Zeichen, kürzere Wörter und Sätze hat.



Dirk Lehmannski (geb. 1968)

Dirk Lehmannski hat Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Bochum studiert, in Online-Redaktionen und für Zeitungen wie die WAZ gearbeitet. Seit 2003 ist er selbstständiger Texter, Korrektor und Lektor in Düsseldorf. Und sehr glücklich damit.

[www.alleswastextist.de](http://www.alleswastextist.de)

## Zum Weiterlesen

- **Heijnk, Stefan: Texten fürs Web. Grundlagen und Praxiswissen für Online-Redakteure.** dpunkt.verlag, 2002.
- **Schmider, Ekkehard: Handbuch für Webtexter. So schreiben Sie fürs Internet.** Springer-Verlag, 2003.