



In 5 Schritten
von einem
Zeitungstext
zu einem
Web-Text



Aloha,



als ich vor Jahren Texte schreiben lernte,
steckte das digitale Zeitalter noch in den
Kinderschuhen.

1995 schrieb ich meine ersten Emails. Damals aus Hawaii. Die Com-
puter waren regelrechte Möbelstücke. Statt WhatsApp hatte ich hohe
Telefonrechnungen.

Jetzt ist das anders. Jetzt gibt es Pinterest, Instagram, Twitter, Face-
book, LinkedIn ... und meine Seite:

www.textwelle.de

Ich bin eingestiegen in das Web-Text Business. Wieder ein Sprung ins
kalte Wasser. Zum Glück kann ich gut schwimmen.

Web-Texte schreiben ist anders als Zeitungsartikel schreiben. Wie das
geht, beschreibe ich hier.

Viel Vergnügen!

Sirit Coeppicus



1. Um was geht es?

Eins ist klar: Zeitungstexte sind NICHT GLEICH Web-Texte. Wem das bisher noch nicht klar war, der bekommt hier das eBook zu diesem Thema.

In einem guten **Artikel** oder einer **Reportage** taucht der Leser ein, verliert sich, taucht wieder auf und nimmt davon etwas mit.

Aber was machen gute Texte aus? Wie entstehen sie und warum sind gute Texte für Printmedien in der digitalen Welt keine guten Texte?

Dazu müssen wir eine Sache klären.

Ist Jedem bewusst, dass es schreiben und schreiben gibt? Ich rede NICHT vom Tagebuch oder Poesie schreiben. Ich rede vom professionellen Schreiben. Dem **Schreiben**, was man lernen kann. Das Schreiben von Reportagen zum Beispiel.

Da gibt es bestimmte, Elemente die in dem Text enthalten sein sollten wie z.B.

- 1) Spannungsbogen
- 2) Erzählperspektive
- 3) Hauptcharakter
- 4) Emotionen

Was wichtig ist: eine Situation bzw. ein Thema so zu beschreiben, dass der Leser eintauchen kann. Es geht darum Geräusche und Gerüche zu beschreiben. Wie sieht eine Umgebung aus oder wie gebärt sich der Hauptcharakter. Es wird ein eBook „Wie schreibe ich eine Reportage?“ geben, aber das kommt später.

Jetzt geht es erst mal um Web-Texte.

Es ist zwar nicht die Frage ob gerührt oder geschüttelt, aber ob **gescannt** oder **gelesen**.



Denn: Web-Texte werden nicht gelesen, sie werden vom Leser gescannt! Schnelllebiger Wort - **Konsum contra Lesegenuss**. Wer nun denkt: „ist doch egal“, dem sei gesagt: Egal ist Käse, der stinkt von allen Seiten – aber bei Texten ist das anders.

Da geht es nicht nur um kurze oder lange Texte, sondern um viel mehr. Direkt zu Beginn meiner Selbstständigkeit bin ich in die **Textfalle** getappt. Es war das Beste was mir passieren konnte. Lies hier über meine Erfahrung, die ich später „**Haifischattacke**“ nannte, denn genauso fühlte es sich an.

2. Der Aufbau

Die ersten Sätze eines Textes sind entscheidend! Er muss den Leser mitreißen, interessieren, neugierig auf mehr machen! Das Thema und die Hauptfakten ergeben den so genannten „pitch“: knackig, emotional und auf das Wesentliche bezogen.

Manche Schreiber folgen dem AIDA Prinzip:

Attention

Was bekommt Aufmerksamkeit? Etwas Besonderes, etwas Kreatives, etwas was der Leser nicht erwartet. Wie ein Knall oder ein vorbei fliegender Zeppelin!

Interesse

Es ist sinnvoll so zu schreiben, dass der Leser mehr wissen möchte und dran bleibt.

Desire (= Verlangen)

Bei dem Verlangen geht es um Mehrwert, darum den Leser zum Kauf eines Produktes zu bewegen oder zu erreichen, dass er dem Schreiber weiter folgt.



Action

„Trag Dich für unsere Newsletter ein!“ , „Schreibe uns Deine Meinung!“ ... ruf den Leser auf, aktiv zu werden und Dich anzusprechen oder Dir zu folgen.

Ein Web-Text baut sich wie eine umgekehrte **Pyramide** auf. Oben, im ersten Absatz steht das Wichtigste, das was zum Weiterlesen verlocken soll. Danach folgen weitere (weniger wesentliche) Informationen und Beschreibungen. Was haben aber nun **Ernie** und **Bert** mit Web-Texten zu tun? Schon mal von 5 W's gehört? Wer, wie, was, wieso, weshalb, warum ... na gut, das sind jetzt 6.

Trotzdem klingelte, als ich von den 5 W's hörte, etwas in meinem Hinterkopf: 5 W's ... das kannte ich Ja, klar: bei den Stunden während meiner redaktionellen Ausbildung in denen es um Pressemitteilungen ging. Bingo!

Bei Web-Texten stehen die wichtigsten Dinge im ersten Absatz. Das gefällt dem lesenden Textscanner. Danach kommen weitere Erläuterungen, Ausführlicheres und Ergänzendes.

Gibst Du noch Salz und Pfeffer, also **Pepp**, in Deinen Text verweilt der Leser sogar.

3. Kein Stil ohne Mittel : Stilmittel

Hast Du schon einmal eine Reportage in einer Zeitung gesehen, die *kursiv* und **fett** gedruckte Worte hatte? Nein? Ich auch nicht.

Und deshalb integrierte ich solche auch nicht in meinem ersten Textentwurf. Sind aber ein Muss! Denn es richtet sich bei Web-Texten, anders als bei Zeitungstexten, nicht danach ob etwas schön aussieht, sondern was notwendig ist um in den **Suchmaschinen** gefunden zu werden. Interne sowie externe Verlinkungen sind auch ein wichtiges Mittel diesbezüglich!



SEO ist jedoch nochmal in anderes, separates Thema!

Was ich in meinem ersten Web-Text nicht integriert hatte waren Zwischenüberschriften. **Zwischenüberschriften** sind unabdingbar! Auch sie diesen dem Leser bzw. scanner die Möglichkeit sich durch den Text zu hangeln!

Was ich gerne generell in Texten als Stilmittel nutze sind **Metaphern**.

So wie dieses Beispiel in meinem **Stromboli** Text:

„Kniehoch stehen die Besucher am Kraterrand in dichtem Schwefeldampf, der wie aus Nebelmaschinen aus Erdspalten strömt.“

oder

„Durcheinander geratene Regenbogenfarben fügen sich zu einem orientalischen Ganzen. Fest zwischen die Knie geklemmt entsteht Millimeter für Millimeter ein Stück marokkanischen Handwerks: Schuhe aus Bast und Ziegenleder.“

Aus meinem Text **„Schuhe machen Leute“**.

Das macht den Text greifbarer und fühlbarer. Mit **Emotion** erreichst Du mehr. Vor allem wenn sie authentisch sind!

4. VISUELLES

Endlich mal etwas, was gleich ist bei Zeitungs- und Web-Texten! Bilder!

Bilder sprechen Bände! Visuelles bleibt meist eher und nachhaltiger hängen als Worte!

Natürlich sollen sie in den Absatz passen, in dem sie eingefügt werden. Wichtig ist, dass sie eine passende **Bildunterschrift** erhalten und **SEO** Kriterien erfüllen.



Das bedeutet unter Anderem:

- 1) Schreibe zu jedem Foto einen „Alt Text“, d.h. eine kurze Beschreibung mit treffenden Keywords, also Stichworten.
- 2) Jedes Bild hat einen Namen, wie z.B. 20180522.jpeg. Ändere diesen manuell in einen passenden Namen, z.B. Sonnenuntergang_ Mallorca.jpeg. Dies ist wichtig, damit Suchmaschinen das Bild besser zuordnen können.

Anders als bei Zeitungstexten haben Bilder für das Web übrigens eine kleine Auflösung (72 dpi).

5. Und: ACTION!

Ohne Google und Co. geht gar nix. Ohne **Social Media** auch nicht. Willkommen im Jahr 2018! Such Dir das Medium, welches für Dich am besten geeignet ist. Pinterest? Facebook? LinkedIn? Xing? Instagram? Tumblr? Bloglovin'? Es gibt viele, viele!

Meine Tipps hierzu:

- suche Dir die Plattform aus, die für Dein Werk passen!
- sei und bleibe aktiv in den sozialen Medien
- vernetze Dich mit Gleichgesinnten
- schreibe selber Kommentare in andere Blogs etc.
- zeige Dich auch als Person: Individualität ist wichtig

Verharre nicht, sondern entwickle Dich immer weiter. **Mache Fehler und lerne aus Fehlern!** Agiere aus dem Bauch heraus. In einer einfachen, verständlichen Sprache. Suchmaschinen und Social Media Portale bestimmen ob Dein Text gesucht, gefunden und weiter gereicht wird. Im Grunde geht es bei Web-Texten um **Multiplikation** und **Reichweite** - bei



manchen Schreibern auf Teufel komm raus. Bei mir nicht., denn Qualität ist mir wichtig.

Bleib Du selbst!

Erfolgreiche Coaches sind sich einig: 1) Bleibe Du selbst und 2) Verrate Deine Geheimnisse!

Ehrlichkeit und **Authentizität** ist das **A und O** eines guten Textes ist. Dies gilt auch für Web-Texte. Es geht um Emotionen. Es geht darum zu schauen, wer ist Deine Leserschaft und wie erreiche ich diese – und zwar auf eine ehrliche, offene und authentische Art! Ich wiederhole mich hier, einfach, weil es das Wichtigste überhaupt ist!

Stell Dir vor Dein Leser sitzt Dir gegenüber und Du möchtest ihn für etwas zu begeistern! Du möchtest sie oder ihn fesseln an Deine Worte, verzaubern, mitnehmen

Schreibe ich ehrlich und **authentisch**, damit schaffst Du Vertrauen und das Gefühl: ich kenne Dich! Und im besten Fall: Wir sind Freunde!

Wenn Dir dieses eBook gefallen hat, freue ich mich über einen netten Kommentar auf meiner Seite! (www.textwelle.de).

Bis bald!

Sirit Coeppicus