

## Texten für Online-Medien

Am Bildschirm lesen wir ganz anders als auf Papier. Die grosse Mehrheit der User liest nicht Wort für Wort und der Reihe nach, sondern überfliegt den Inhalt – ähnlich wie ein Scanner. Erfolgreiche Websites, E-Letters und andere Online-Publikationen sind deshalb anders geschrieben als Drucksachen.

### Seminarziel

Die Teilnehmenden wissen, wie Online-Texte funktionieren. Sie können den Inhalt so aufbauen, dass die User schneller finden, was sie suchen, und den Sinn besser verstehen. Sie wissen, wie sie Online-Text gleichzeitig für die Leserinnen und Leser und für Suchmaschinen optimieren.

### Seminarinhalt

- Online lesen wir anders: Erkenntnisse aus der Leserforschung
- Was erfolgreiche Online-Medien besser machen
- Struktur schafft Orientierung: Inhalte gliedern und Benutzer führen
- Leserfreundliche Sprache (Länge, Informationstiefe, Stil)
- Optische Lesehilfen
- Mehrwert schaffen: Hypertext richtig anwenden
- Suchmaschinen-Optimierung beim Schreiben
- Schreiben für meine Zielgruppe(n)

### Ihr Nutzen

Sie können den Inhalt Ihrer Online-Medien realistisch einschätzen und wissen, was Sie mit wenig Aufwand verbessern können. Ihre User finden sich schneller zurecht, sind besser informiert und kommen lieber zurück. Sie lernen, wie Sie eine angemessene Balance zwischen Leserfreundlichkeit und Suchmaschinen-Optimierung finden.

### Zielgruppe

Alle, die Inhalte für Internet, Intranet, E-Letters und andere Online-Medien beisteuern

### Referentin

Silvia Marty, lic.oec.publ.  
PR-Redaktorin, Trainerin und Coach