

# Texten für die Webseite

## Mit der **Überschrift** Interesse wecken

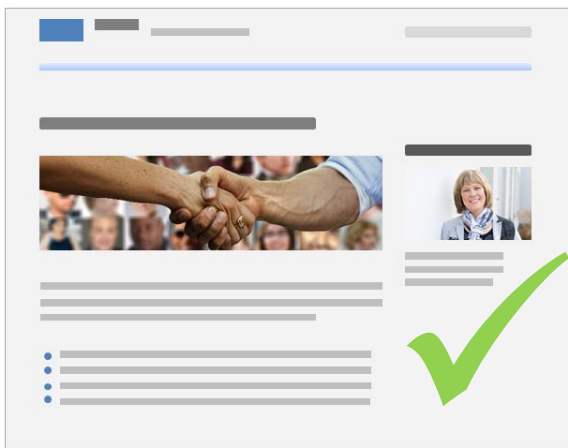
- Sollte neugierig machen
- Immer aus der Sicht des Unternehmers denken
- Leicht verständlich, Fremdwörter vermeiden
- Bildhafte Wörter verwenden
- Keine Abkürzungen (z.B. Gesetze)
- Möglichst in einer Zeile, optimal 35 - 45 Zeichen

## Der **erste Eindruck** macht neugierig oder schreckt ab



- Blocksatz stört den Lesefluss, bitte linksbündigen Flattersatz verwenden
- Viele Absätze einfügen, gern auch mit Aufzählungen (3-6 Anstriche) und Tabellen arbeiten
- Voreingestellte Überschriften benutzen (Überschrift 2 und Überschrift 3 sollte ausreichen)
- Zwischenüberschriften formulieren, die neugierig machen
- Wörter mit weniger Silben verwenden, wirken vertraut und unbürokratisch

*So nicht: Unternehmenssteuerfortentwicklungsgesetz –  
Besser so: Gesetz zur Fortentwicklung der  
Unternehmenssteuer*



- Texte nicht zu kurz, keine 3-Zeiler
- möglichst Bild einfügen (Rechte beachten!)
- Wechsel von kurzen und langen Sätzen optimal
- Lange Texte mit Ankerlinks versehen (Inhaltsverzeichnis anlegen)
- Juristische Texte leserfreundlich überarbeiten (an Leserniveau anpassen)

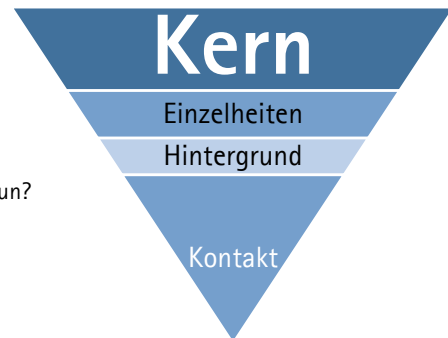
## Mit dem **ersten Absatz** fällt die Entscheidung ob der Leser geht oder bleibt.

Der Einführungstext durch den Fachreferenten sollte:

- die wichtigsten Eckpunkte zusammenfassen
- klären warum (das Thema) für die Zielgruppe relevant ist. Welches Problem soll für die Zielgruppe gelöst werden? Und inwieweit trägt die IHK zur Lösung des Problems bei?
- drei Zeilen im Optimalfall nicht überschreiten (ca. 200 Zeichen)
- Nach 20 Sekunden oder 350 Zeichen entscheidet der User ob er weiterliest
- Kontrollfrage beantworten: Kannst Du den Inhalt des Artikels für Deine Kollegen in drei Sätzen zusammenfassen?

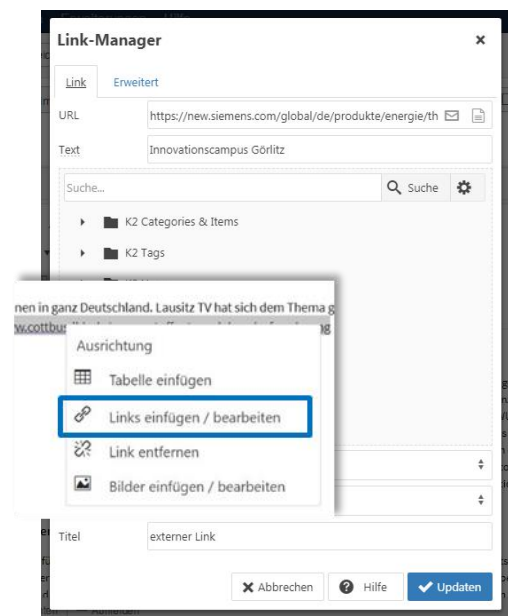
## Wie sollten Fachartikel inhaltlich strukturiert sein?

- **Problem erkennen /benennen**  
klare Ansprachen: Wer ist gemeint, für wen ist die Info relevant?
- **Handlungsbedarf erörtern**  
Unternehmerbrille:  
Wie kommt unser „Held“, der Unternehmer, zum Ziel? Was muss er tun?
- **Wer kann helfen?**  
Unsere Stärken hervorheben (Erfahrungsschatz, Beratungsangebot)
- **Call-to-Action (Anreiz zum Handeln schaffen)**  
Nochmal direkt ansprechen, an wen sich die Info/das Angebot richtet  
Bei Angeboten, Workshops, Fördermaßnahmen, die Kontakt- und Infoadressen am Schluss



## Einbinden von Hyperlinks / Downloads

- Linktexte sollten eine Zeile nie überschreiten!
- Nur kurze Direktlinks ausschreiben
- Schlüsselwörter/Keywords in die Links einbauen, für die Suchmaschinenoptimierung
- Unbedingt den Link-Manager verwenden (Siehe rechts)
- Den Linktext kurz und präzise halten, am besten nur ein oder zwei Wörter verwenden (ca. 30 – 35 Zeichen)
- Interne Links (zu Fachartikeln der IHK) im gleichen Fenster öffnen
- Externe Links in neuem Fenster öffnen, der User soll bei uns bleiben!
- Artikel mit anderen relevanten Artikeln auf unserer Seite verlinken, das erhöht den Traffic (könnte Sie auch interessieren)
- Download-Dateien vorher eindeutig bezeichnen – keine Umlaute! Alternativbeschriftung beim Hochladen verwenden
- Nicht mehr als 5 Download-Dateien in der rechten Randspalte, dann eher im Download-Center ablegen und im Artikel unten auflisten



## Technische Hinweise zum Workflow

- unter Metadaten **Löschdatum** angeben (Artikel wird dann automatisch gelöscht), oder **Freigabe beenden** (dann bleibt der Artikel bestehen, ist aber online nicht sichtbar)
- mindestens **Ablaufdatum** angeben (Erinnerung, Artikel ist immer noch online) – wir wollen Artikel vermeiden, die nicht mehr aktuell sind!
- Meta-Informationen angeben, Schlüsselwörter (Synonyme, Schlagwörter) und Kurzbeschreibung

