

AUFGABE

L 11 / 01

Wir entdecken sie auch im Internet: Schachtelsätze. Doch Text im Internet muss schnell sein und schnell ankommen. Kürzen Sie folgende Sätze, schreiben Sie um, sagen Sie es direkter, kommen Sie schneller zum Punkt. Behalten Sie aber die Aussage bei.

Lassen Sie sich von unserem kompetenten Personal ausgiebig beraten und überzeugen Sie sich jetzt von unseren qualitativ hochwertigen Produkten, unserer riesigen Auswahl und unseren sensationellen Preisen oder bestellen Sie ganz einfach in unserem großen Möbel-Online-Shop.

Um Ihnen das Engagement von Digiproducts für die Wahrung Ihrer Privatsphäre zu demonstrieren, haben wir uns mit der Offenlegung unserer Informationspraktiken einverstanden erklärt und lassen unsere Datenschutzmaßnahmen auf die Einhaltung der entsprechenden Regelungen und Vorschriften prüfen.

AUFGABE

Testen Sie selbst! Die Wirkung einer Website mit ihren Haupt-Elementen: Welche Assoziationen haben Sie nach fünf Sekunden? Öffnen Sie eine Website Ihrer Wahl, bleiben Sie fünf Sekunden dort, ohne aber zu navigieren. Schauen Sie sich einfach nur die Seite an. Nach fünf Sekunden fragen Sie sich: Was war auffällig? Welche Assoziationen sind entstanden? An was kann ich mich erinnern?

Wenn Sie Ihre eigene Website testen möchten: Fragen Sie einfach jemanden, der sie nicht jeden Tag sieht oder jeden Tag damit arbeitet. So erhalten Sie unvoreingenommene und unverfälschte Meinungen.

AUFGABE

Vergleichen Sie einmal fünf Shopseiten der großen Versender (Otto, Heine, Walbusch, Neckermann, Amazon). Was fällt Ihnen auf:

- **Zur Navigation?**
- **Zu den Bildern?**
- **Welche Motive der Informations-Aufnahme werden bedient?**

AUFGABE

L 11 / 04

Herr Hochbauer meldet sich wieder bei Ihnen. Heute per E-Mail. Er hat Ihnen einen kleinen Auszug der letzten Pressemitteilung mitgeschickt. Dort heißt es:

„Der Digitoll XT 900 macht Büroarbeit effizienter. Wer mit dem digitalen Diktiergerät arbeitet, spart im Schnitt eine Stunde Aufwand pro Tag. Die Unternehmensstudie „Fit und effektiv im Job“ wollte es noch genauer wissen. Das Ergebnis: Ein Unternehmen spart mit jedem eingesetzten Digitoll 1000 Euro am Tag.“

Herr Hochbauer möchte auch auf dem neu gestalteten Portal zum Digitoll diese beeindruckenden Zahlen präsentieren. „Doch da steckt noch zu wenig Klickanreiz dahinter“, sagt er und hat damit Recht. Helfen Sie ihm! Texten Sie anders und schreiben Sie einen werblichen Anreißer, der zum Klick führt.

Zwingen Sie Ihren Leser zur gewünschten Aktion: mit der Neugier und der Angst, etwas zu verpassen. Lassen Sie den Teaser mit einer Frage enden.

AUFGABE

L 11 / 05

Setzen Sie nun ans Ende des Teasers ein (übertriebenes) Statement.

AUFGABE

L 11 / 06

Formulieren Sie eine Idealsituation, die Ihren Leser erwartet, wenn er sich mit dem weiterführenden Text zum Digitoll XT 900 beschäftigt.

Lined area for writing the answer, consisting of 20 horizontal lines.

AUFGABE

L 11 / 07

Probieren Sie nun diverse Führungsfloskeln aus, die Sie ans Ende des Teasers für den Digitoll XT 900 setzen.

AUFGABE

Beantworten Sie in wenigen Zeilen die folgenden Fragen:

- **Warum steht Ihre Website im Netz?**
- **Wer ist die Zielgruppe Ihres Internet-Auftritts?**
- **Was ist eigentlich das Ziel Ihres Internet-Auftritts?**

AUFGABE

Nun texten Sie den Title-Tag. Wählen Sie eine Einzelseite Ihres Internet-Auftritts aus und gehen Sie wie folgt vor:

1. Was ist der Inhalt und welche Schwerpunkte werden hier gesetzt?

2. Filtern Sie bestehende Keywords oder entwerfen Sie diese neu.

3. Keyword an den Anfang: Beschreiben Sie das Angebot auf der Zielseite.

AUFGABE

**Vergleichen Sie nun den eben getexteten Title-Tag mit dem bereits existierenden.
Was ist gut? Was kann man noch optimieren?**

AUFGABE

Texten Sie passend zum Title-Tag nun auch den Description-Tag. Nehmen Sie sich die gleiche Zielseite vor wie in der vorigen Übung. Führen Sie den Title-Tag weiter aus und sagen Sie in ca. 200 Zeichen, was mit dem nächsten Klick zu finden ist. Bevor Sie loslegen: Werfen Sie noch einen Blick in die Kurzzusammenfassung, was inhaltlich auf der Zielseite geboten ist (das haben Sie auf Seite 63 bereits gemacht).

AUFGABE

Haben Sie den Bildern auf Ihrer Website aussagekräftige Namen gegeben? Oder reine Kürzel? Überprüfen Sie einmal Ihre Seite, wie sie von den Suchmaschinen gesehen wird. Geben Sie ein: www.delorie.com/web/lynxview.html.

Der Link führt Sie zu einem Gratis-Tool, das nur Text erkennt. Nun sehen Sie Ihre Seite so, wie sie ein Suchmaschinen-Robot sieht.

Überprüfen Sie: Was steht als Bildhinweis? Steht dort überhaupt etwas? Sind die Dateinamen der Bilder eindeutig gewählt?

AUFGABE

Überprüfen Sie auch: Kommen Sie per Link auf einzelne Unterseiten? Wenn nein, schafft das auch keine Suchmaschine. Schade, denn dann wird nur tatsächlich eine Seite Ihres Internet-Auftritts indiziert.