

Schreiben und Gestalten von Inhalten für die Webseite der Universität Würzburg

1. Einführung	2
2. Ansprechend schreiben	2
2.1. Keep it simple.....	2
2.2. Vom Wichtigen zum Unwichtigen	2
2.3. Aktiv und zielgruppenorientiert formulieren.....	3
2.4. Geschlechtergerecht formulieren.....	4
2.5. Formulierungen und Ausdrücke	5
2.6. Abkürzungen	5
2.7. Schreibweisen von Sonderbezeichnungen/Eigennamen.....	5
3. Inhalte attraktiv gestalten	6
3.1. Ein (Ab-) Satz – ein Gedanke	6
3.2. Aussagekräftige Überschriften und passende Formatierungen wählen	6
3.3. Texte gliedern und strukturierende Elemente nutzen	6
3.4. Inhalte hervorheben	7
3.5. Webseiten übersichtlich gestalten	7
3.6. Einheitliches Seitenlayout pflegen.....	7
3.7. Formatierungsvorgaben einhalten	7
3.8. Schreibweise von Adressblöcken:.....	8
3.9. Visuelle Elemente einsetzen	8
3.10. Verlinkung von Inhalten.....	9
4. Barrierearme Gestaltung von Webseiten	9
5. Kontakt	10

1. Einführung

Die Art und Weise, wie wir Informationen im Internet konsumieren, unterscheidet sich von der Nutzungsweise klassischer Printangebote. Webseitenbesucher lesen keine Texte, sondern überfliegen Textinhalte und scannen nach Informationen: Nur wenige Sekunden beträgt die durchschnittliche Verweildauer auf einer Internetseite.

Oberstes Ziel ist es daher, den Inhalt auf einer Website so zu organisieren, dass die wesentlichen Inhalte für den Nutzer leicht ersichtlich und barrierearm zugänglich sind. Dies setzt eine sorgfältige Seitengestaltung voraus.

2. Ansprechend schreiben

Inhalte sollten einfach geschrieben, möglichst kurz und gut strukturiert sein, um dem Leser die Informationsaufnahme zu erleichtern.

2.1. Keep it simple

Die Besucher Ihrer Webseite möchten in der Regel keine Romane lesen, sondern wesentliche Informationen auf den ersten Blick erfassen:

- Welche Informationen benötigen die Leser tatsächlich, um die Botschaft zu verstehen? Sollen die Besucher der Homepage eine bestimmte Aktion durchführen, etwa ein PDF laden oder sich in eine Mailingliste eintragen?
- Lassen Sie Offensichtliches weg. Vermeiden Sie inhaltliche Wiederholungen oder Stopfsätze.

2.2. Vom Wichtigem zum Unwichtigen

Die wichtigsten Informationen gehören an den Anfang eines Textes. Im ersten Absatz sollten alle relevanten Informationen vermittelt, bzw. angerissen werden:

- **Was** wollen Sie mitteilen?
- Für **wen** ist diese **Information relevant**?
- **Warum** ist diese Information wichtig?
- **Wozu** benötige ich diese Information?
- **Wo** gibt es mehr Informationen?

Analog hierzu gilt beim Schreiben von **Nachrichten** oder **Veranstaltungsankündigungen**:

- **Wer?**
- Sagt **was**?
- Zu **wem**?
- **Wann**?
- **Wo**?

Erweitert:

- Auf **welche Weise**?
- **Weshalb**?
- Mit **welchem Effekt**?

2.3. **Aktiv und zielgruppenorientiert formulieren**

- Sprechen Sie Ihre Zielgruppe direkt an, formulieren Sie aktiv und vermeiden Sie Passivkonstruktionen. Beispiel: „Das Portal steht den Benutzern zur Verfügung“; besser: „Das Portal steht Ihnen zur Verfügung“.
- Achten Sie darauf, in Texten und direkter Anrede spezielle Titel oder Berufsbezeichnungen auszuschreiben. Bei Professorentitel wird der Dokortitel ausgelassen. (Richtig: "Professor Marc Latoschik" und "Informatiker Marc Latoschik" anstatt Prof. Dr. Latoschik oder "Herr Latoschik").
- Auf den Seiten der Universität Würzburg werden Besucher im Normalfall mit „Sie“ angesprochen. Eine Ausnahme stellen beispielsweise rein studentische Themen dar. Hier kann auch ein zielgruppengerechtes „Du“ verwendet werden.
- Informationen lassen sich auch als Fragen formulieren, um die Besucher einer Webseite direkt anzusprechen. Beispiel: „Sie haben Fragen zu unserem Angebot?“.

2.4. Geschlechtergerecht formulieren

Eine geschlechtergerechte Sprache dient dazu, Frauen und Männer gleichermaßen anzusprechen:

- Verwenden Sie bei Frauen die korrekten Anreden (Professorin, Doktorandin, Studentin etc.)
- Nutzen Sie bei gemischten und nicht definierten Gruppen genderneutrale Personenbezeichnungen.
 - Pluralformen: „Studierende“ und „Beschäftigte“ statt „Studenten“ und „Mitarbeiter“
 - Sie können auch neutrale Formulierungen verwenden, wie z.B. Elternteil, Eltern, Personen, Lehrkräfte, Betreuungsperson, Wahlberechtigte, Haushaltshilfe, Abteilungsleitung, etc.
 - Oftmals bieten sich schlanke Formulierungen an, durch welche sich geschlechterspezifische Personenbezeichnungen vermeiden lassen. Beispiel: Statt „Studentinnen und Studenten, die ...“ ist denkbar: „Alle, die...“ oder „Diejenigen, die...“ „Wer..“, „Jene, die..“
 - Achten Sie jedoch darauf, dass der Text leicht erfassbar bleibt.

Weitere Informationen hierzu finden Sie in folgenden Publikationen:

- <http://www.frauenbeauftragte.uni-muenchen.de/genderkompetenz/sprache/index.html>
- http://www.gleichstellung.uni-wuerzburg.de/gendergerechte_sprache/
- <https://www.stmi.bayern.de/suk/verwaltung/>

2.5. Formulierungen und Ausdrücke

Häufige Fehler

- Nominalstil (Benennung, Auffindung, Sicherstellung, Erforschung)
- „Blähdeutsch“ (z.B. Problematiken, Räumlichkeiten)
- übermäßiger Einsatz von Adjektiven und Adverbien
- Streckverben (einen Beitrag leisten, in Erwägung ziehen, in der Lage sein)“.
- Modalverben (können, müssen, sollen)
- Floskeln oder Redewendungen, Wortspiele, Ironie oder Witz.
- Füllworte (z.B. insbesondere, etwa, eigentlich, normalerweise, in diesem Zusammenhang, etc.)
- Spezielles Fachvokabular, „Behördeninterna“, komplizierte Ausdrücke oder seltene (Fremd-) Wörter
- Schachtelsätze: Ein abwechslungsreicher Satzbau (kurze und längere Sätze, alternativer Satzbau, unterschiedliche Verben und Substantive) hingegen erleichtert die Lektüre
- Häufige Wiederholungen bestimmter Substantive, Adjektive oder Verben

2.6. Abkürzungen

- Grundsätzlich müssen Abkürzungen bei erstmaliger Erwähnung im Text erklärt werden.
- In der Navigationsleiste und in Überschriften sollten Sie Abkürzungen vermeiden.

2.7. Schreibweisen von Sonderbezeichnungen/Eigennamen

- Wenn ein Fachausdruck unbekannt bzw. dessen Schreibweise unklar ist, gilt im Zweifelsfall die Schreibweise/Bezeichnung laut Hochschulgesetz.
- Ein Glossar der Universität mit Angabe über verbindliche Schreibweisen und englische Entsprechung finden Sie auf der Homepage der Pressestelle: http://www.presse.uni-wuerzburg.de/glossar_de_en/

3. Inhalte attraktiv gestalten

Gut strukturierte Texte und kurze Absätze sind von Internetnutzern schneller zu erfassen als lange Fließtexte.

3.1. Ein (Ab-) Satz – ein Gedanke

Mit Hilfe von Absätzen lässt sich ein Text übersichtlich gliedern: Jedoch muss jeder Absatz für sich allein stehen können und verständlich sein.

3.2. Aussagekräftige Überschriften und passende Formatierungen wählen

Überschriften- und Zwischenüberschriften informieren den Leser darüber, welche Informationen der entsprechende Absatz enthält.

- Wählen Sie aussagekräftige Titel: Schlüsselworte oder Fragen (mit der Antwort im entsprechenden Absatz) bieten sich als Überschriften an.
- Greifen Sie **immer auf die Formatvorlagen** in Typo3 zurück (H1 für Seiten- und H2-H6 für Zwischen- und Unterüberschriften), um Einheitlichkeit und Lesbarkeit zu erhöhen. H1 sollte pro Seite immer nur einmal verwendet werden.

3.3. Texte gliedern und strukturierende Elemente nutzen

- Mit der Hilfe von **Aufzählungen** und **Auflistungen**, die direkt in Typo3 gesetzt werden, lassen sich Texte übersichtlich strukturieren.
- Mittels **Akkordeonelementen** können besonders lange Inhalte gegliedert werden. Längere Texte werden erst beim Klicken auf den jeweiligen Oberbegriff eingeblendet.
- **Vermeiden Sie Trennlinien** zwischen Absätzen und Textblöcken. Greifen Sie auf Zwischenüberschriften zurück oder erstellen Sie neue Unterseiten, um Inhalte sinnvoll zu gliedern.
- **Gleichmäßige Abstände** zwischen Textinhalten sind wichtig, um ein einheitliches und professionelles Erscheinungsbild sicherzustellen. Setzen Sie nach jedem Absatz einen Umbruch. Vermeiden Sie es, mehrere Umbrüche hintereinander zu setzen, um Textteile voneinander abzugrenzen. Nutzen sie stattdessen Zwischenüberschriften. Einfache Umbrüche (Typo 3: SHIFT+ ENTER) empfehlen sich bei beim Schreiben von Adressblöcken (Vgl. Kapitel 3.8).
- Unterschiedlich lange Zeilen helfen dem Auge bei der Orientierung: Richten Sie ihre Texte stets **linksbündig** aus.
- **Tabellen sind keine geeigneten Mittel** zur Gestaltung oder Gliederung von Textinhalten. In der Mobilansicht können Sie nicht angezeigt werden. Die Website der Uni wird jedoch zu etwa 50% von mobilen Geräten aufgerufen. Zudem sind Tabellen durch Screenreader nur bedingt interpretierbar.

3.4. Inhalte hervorheben

- Es bietet sich an, **wichtige Informationen** (z.B. Datum und Uhrzeit einer Deadline) **fett** hervorzuheben. Jedoch sollte dies nur selten gemacht werden und keinesfalls farbig.
- Unterstreichungen sollten ausbleiben.

3.5. Webseiten übersichtlich gestalten

- Grundsätzlich sollte eine Seite nicht mehr als sechs Oberpunkte bzw. Unterpunkte (pro Oberpunkt) beinhalten, damit die Seite überschaubar bleibt.
- Alle Informationen auf der Webseite sollten mit maximal drei Klicks erreichbar sein. Vermeiden Sie es, untergeordnete Seiten zu erstellen, die mehr als zwei Navigationsebenen tiefer als die Hauptstruktur der Webseite verankert sind.
- Achten Sie bei der Benennung von Seiten auf aussagekräftige, knappe (einzeilige) Formulierungen, Abkürzungen sollten auf jeden Fall vermieden werden. Vergeben Sie stets einen Text für den Header, um die Seite für Screenreader lesbar zu machen.

3.6. Einheitliches Seitenlayout pflegen

Eine einheitliche Seitengestaltung macht Webseiten für Besucher wesentlich zugänglicher.

- Mehrere sog. Templates, die in Typo3 ausgewählt werden können, ermöglichen verschiedene Darstellungsweisen von Webinhalten. Daneben gibt es eine Vielzahl sog. Inhaltselemente, um Nachrichten, Bilder oder Texte adäquat zu präsentieren.
- Greifen sie ausschließlich auf vorgegebene Templates und Inhaltselemente zurück. Nur so lässt sich ein seitenübergreifender, einheitlicher Look der Universitätsseiten bewerkstelligen und Ihr Inhalt übersteht zukünftige Updates des Typo3-Systems schadlos.

3.7. Formatierungsvorgaben einhalten

- Bei der Gestaltung einer Webseite sind die im Corporate Design der Universität Würzburg angegebenen Formatierung (Schriftstil, Schriftgrößen) und Farben einzuhalten. Diese sind so optimiert, dass sie auch die Anforderungen der Barrierefreiheit erfüllen.
- Greifen Sie immer auf die im Typo3 System der Universität Würzburg vorgegebenen Formatierungen (Standardtext, Überschriften H1-H5, Aufzählungs- und Aufreihungszeichen) zurück.
- Fügen sie keine externen Formatierungen aus Textverarbeitungsprogrammen wie Microsoft Word, PDFs oder anderen Webseiten ein.
- Von der Verwendung eigener HTML-Elemente sollte abgesehen werden.

3.8. Schreibweise von Adressblöcken:

Achten Sie bei der Schreibweise von Adressblöcken auf eine einheitliche Struktur:

Name (Titel, Vorname, Nachname)

Funktion/Dienstgrad

Tel.: +49 931 31-12345

Fax.: +49 931 31-12345

E-Mail: vorname.nachname@uni-wuerzburg.de

Universität Würzburg

Beispieleinrichtung

Musterplatz 1

97070 Würzburg

3.9. Visuelle Elemente einsetzen

Bilder und Grafiken oder Diagramme werten eine Webseite optisch auf und wecken das Interesse des Seitenbesuchers. Hierbei gilt:

- Bilder und Grafiken sollen Sachverhalte nur veranschaulichen und ergänzen, nicht aber essentielle Textinformationen ersetzen.
- Greifen Sie auf thematisch aussagekräftige Bilder zurück.
- Wenn Sie auf mehrere Bildelemente zurückgreifen, stellen Sie sicher, dass diese inhaltlich und optisch miteinander harmonieren.
- Sollten Sie mehrere Bilder einsetzen, stellen Sie sicher, dass diese auf einer einzelnen Seite ähnlich ausgerichtet und platziert sind (z.B. nur in der rechten Spalte).
- Text und Bildinhalte müssen optisch eindeutig voneinander abgetrennt sein.
- Zur ansprechenden Präsentation vieler Bildelemente bietet es sich an, auf eine Bildergalerie zurückzugreifen.
- Bildelemente (auch Videos) müssen einen Alternativtext sowie eine Bildunterschrift umfassen, damit Bildinhalte auch von Screenreadern interpretiert werden können.
- Bevor Sie ein Bild, eine Grafik oder ein Video online veröffentlichen, stellen Sie unbedingt sicher, dass Sie über entsprechende Bildrechte verfügen. Fügen Sie stets einen entsprechenden Bildnachweis (Urheber, Copyright) hinzu.

3.10. Verlinkung von Inhalten

Zusatzinformationen extern bereitstellen

- Verlinken Sie auf Inhalte (Texte, Pdf-Dokumente, Downloads), die auf anderen Webseiten zu finden sind, aber für das Verständnis der eigenen Präsenz nicht zwingend notwendig sind. Damit vermeiden Sie inhaltliche Doppelungen und straffen Ihren eigenen Webauftritt.

Regeln zur Verlinkung von Inhalten

- Links auf Inhalte, die nicht zum Webangebot der Universität Würzburg gehören, müssen so gesetzt werden, dass sie sich in einem neuen Browserfenster öffnen.
- Verlinkungen auf Inhalte der Universität Würzburg sollten so gesetzt werden, dass sie sich im aktuellen Browserfenster öffnen.
- Verlinken Sie einzelne Begriffe, keine kompletten Textpassagen.
- Verwenden Sie möglichst aussagekräftige Linktitel. Vermeiden Sie unspezifische Bezeichnungen wie <<hier>> oder <<mehr>> oder unspezifische Ausdrücke wie <<News>> oder <<Infos>>. Links sollten durch Screenreader gut interpretierbar sein.

4. Barrierearme Gestaltung von Webseiten

Barrierefreies Webdesign verfolgt zwei Zielsetzungen:

- Webangebote so zu gestalten, dass Menschen mit Sehbehinderung Texte und Bildelemente problemfrei lesen bzw. automatisch vorlesen lassen können.
- Texte so anzupassen, dass Menschen mit Lese- oder Lernschwächen, auch Nicht-Muttersprachler oder ältere Nutzer, diese verstehen (einfache Sprache).

Gemäß Behindertengleichstellungsgesetz¹ ist auch die Universität Würzburg als öffentliche Einrichtung dazu verpflichtet, ihre Webseite barrierearm zu gestalten.

Kriterien für eine Barrierefreie Gestaltung

- Satzbau und Formulierungen (Kapitel 2)
- Formatierung, Ausrichtung und Gliederung von Textelementen (Kapitel 3)
- Umgang mit visuellen Elementen (Kapitel 3.9)
- Verlinkung von Inhalten (Kapitel 3.10)
- Achten Sie beim Anlegen von Seiten, Content Elementen oder Inhalten in Typo3 stets darauf, immer aussagekräftige Headerelemente bzw. Alternativtexte zu vergeben, damit Inhalte auch von Screenreadern vorgelesen werden können.

¹ BGBl. I S. 1467, 1468, 3234

Weiterführende Information zu barrierefreier Gestaltung von Webseiten finden Sie in folgenden Publikationen:

- <https://www.w3.org/WAI/intro/wcag.php>
- <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>

5. Kontakt

Sie haben Fragen?

Für Rückfragen steht Ihnen die Onlineredaktion der Pressestelle gerne zur Verfügung:

Universität Würzburg
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Onlineredaktion
Sanderring 2
97070 Würzburg

Tel.: +49 931 31-84931

E-Mail: onlineredaktion@uni-wuerzburg.de

Aktuelle Informationen

Web: <http://www.uni-wuerzburg.de/webrefresh>

Twitter: http://twitter.com/web_refresh

Hilfestellungen

Anleitungen und Beispielseiten finden Sie künftig auf <http://www.uni-wuerzburg.de/webrefresh>.
Gerne unterstützen wir Sie auch beim Aufbau Ihrer Webpräsenz.