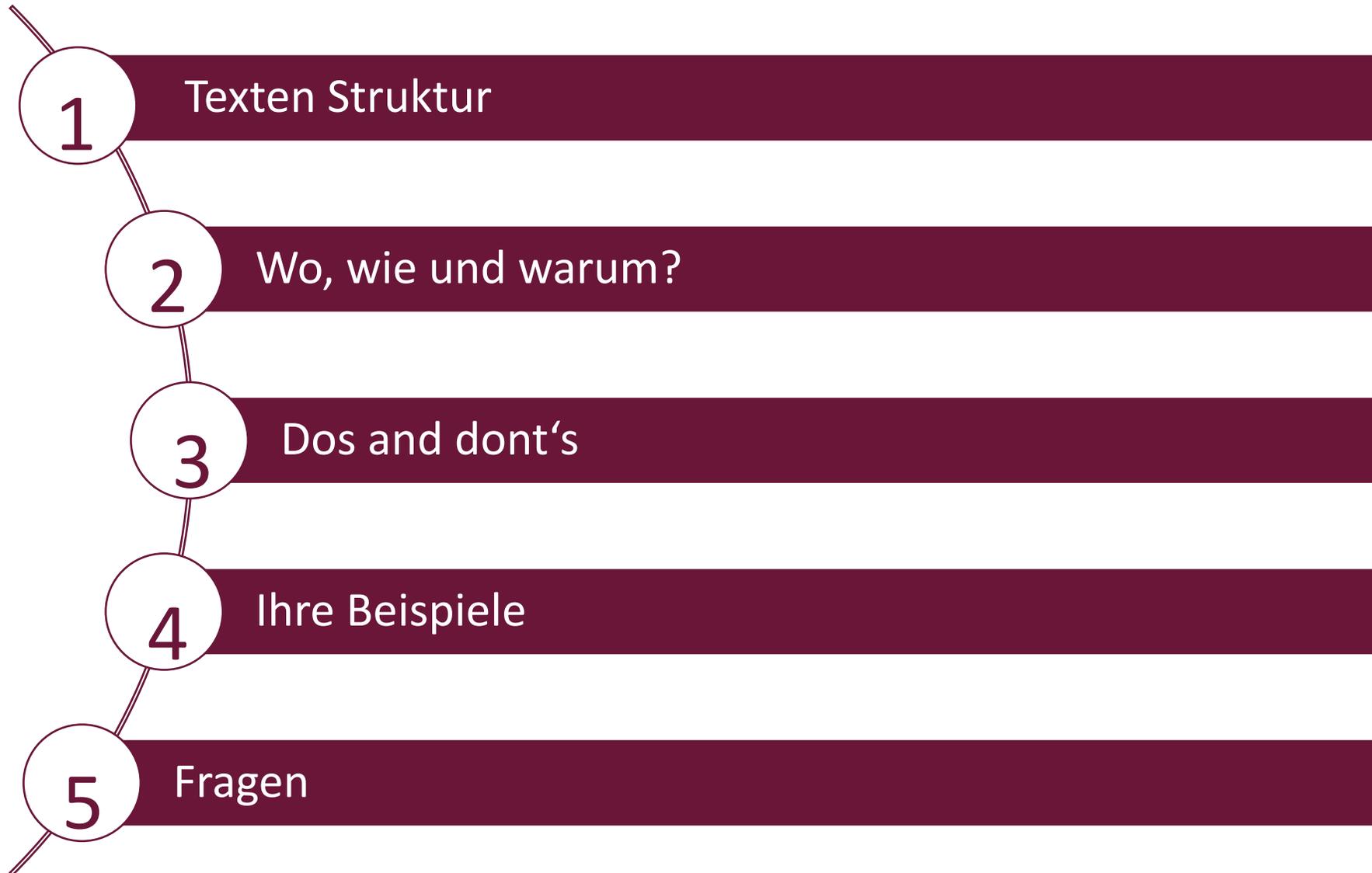


# Herzlich willkommen

## zu

## Texten Struktur geben



Besonders im Internet **werden Texte** häufig **überflogen**.  
Sie werden nicht wirklich gelesen. Eine gute **Textstruktur** ist daher **wichtig**.  
Eine Textstruktur erreichen Sie z.B. mit **Hervorhebungen**.

Ein Beispiel:

### Das 9-Euro-Ticket im AVV: So funktioniert's

Das 9-Euro-Ticket wird im AVV auf allen bekannten Vertriebskanälen verfügbar sein – bei den Fahrern, an Automaten in Kundencentern und in den Online-Shops der Apps. Das Ticket kann für jede Person ab 6 Jahren erworben werden und gilt immer vom ersten bis zum letzten Tag des jeweiligen Monats. Eine Kündigung ist nicht erforderlich. Es handelt sich um personengebundene, nicht übertragbare Fahrkarten. Ebenso berechtigt das Ticket nicht zur Fahrradmitnahme. Umtausch und Rückerstattung sind ausgeschlossen. Zum 1. September erfolgt die Rückkehr zum Regeltarif.

Ein Beispiel:

### **Das 9-Euro-Ticket im AVV: So funktioniert's**

Das 9-Euro-Ticket wird im AVV auf **allen** bekannten **Vertriebskanälen** verfügbar sein:

- bei den **Fahrern**,
- an **Automaten** in Kundencentern
- und in den **Online-Shops** der Apps.

Das Ticket kann für jede Person ab 6 Jahren erworben werden und gilt immer vom **ersten** bis zum **letzten** Tag des jeweiligen **Monats**. Eine Kündigung ist nicht erforderlich.

Es handelt sich um **personengebundene**, nicht übertragbare **Fahrkarten**. Ebenso berechtigt das Ticket nicht zur Fahrradmitnahme. Umtausch und Rückerstattung sind ausgeschlossen. Zum 1. September erfolgt die Rückkehr zum Regeltarif.

! Merke: Eine **gute Textstruktur** ist **immer wichtig!**

? Aber **wie erreiche** ich eine gute Textstruktur?

- 1 **Absätze,**
- 2 **Bulletpoints** und
- 3 **Überschriften**

**geben** einem Text **Struktur!**

**Tip:** Auch **Bilder**, Buttons und Grafiken **lockern Texte auf.**

 **Wo setze** ich Hervorhebungen und Co **ein**?

1 **Pressemitteilungen**

2 **Werbetexte**

3 **SEO Texte**

4 **E-Mails**

... und **viele mehr!**

## 1 Pressemitteilungen strukturieren

! Pressemitteilungen haben **immer** den **gleichen Aufbau!**

- 1 **Headline (H1)**
  - 2 **Einleitung: W-Fragen** (Wer, was, wo, wie und warum)
  - 3 **Zwei bis drei Abschnitte** mit vertiefenden Informationen
  - 4 **Kontaktdaten**
- ➔ Nicht länger wie **eine DIN A4 Seite!**
- ➔ Bspw. die **W-Fragen fetten**

Ein Beispiel:

### Überschrift (Headline)

Institut für KI-Strategien im Mittelstand gegründet

### Unterzeile (Subline)

Unternehmensberatung XY unterstützt KMU bei der **Nutzung von künstlicher Intelligenz**

### Einleitung (Lead)

Mit der Gründung des Instituts für KI-Strategien im Mittelstand will die **Unternehmensberatung XY** aus Karlsruhe **kleine und mittlere Firmen** bei der Entwicklung und Umsetzung von KI-Strategien **unterstützen**. Direktor des Instituts ist Dr. Claudia Müller, ehemaliger Geschäftsführer des ...

### Fließtext

Anlass für die Gründung des Instituts für KI-Strategien im Mittelstand war laut Müller, dass zunehmend kleine und mittlere Unternehmen die Möglichkeiten der KI und des **maschinellen Lernens entdecken**. Das Institut für KI-Strategien im Mittelstand will diese Unternehmen bei der Entwicklung der hierfür erforderlichen KI-Strategien unterstützen. ...

### Kontaktdaten

Nähere Infos zum Institut für KI-Strategien im Mittelstand: Dr. Claudia Müller, Tel: 0721/11111; E-Mail: info@xxxx.de

## 2 Werbetexte strukturieren

! Der Interessent soll **überzeugt werden!**

? **Was also fetten?**

+ Die **Vorteile des Produkts** bzw. der Dienstleistung **unterstreichen!**

+ Die **Besonderheiten** im Vergleich zur Konkurrenz **hervorheben!**

! So **kurz wie möglich**, aber so lange wie nötig!

### 3 SEO-Texte strukturieren

? Warum sind **Hervorhebungen** bei SEO-Texten **sinnvoll**?

+ **Überschriften** und Fettungen geben dem **Text Struktur**.

➔ Der Crawler erhält **zusätzliche Informationen**.

! Die HTML-Tags „**bold**“ oder „**strong**“ signalisieren dem Crawler, dass es sich hierbei um eine wichtige Information für den Leser handelt.

💡 Es ist sinnvoll das **Hauptkeyword** zu **fetten**.

## 4

**E-Mails strukturieren**

! Wir bekommen alle **sehr viele E-Mails**. Daher **überfliegen wir** die meisten nur.

➔ Fetten Sie daher am besten die **zentralen Aussagen** der E-Mail!

➔ Zentrale Aussagen können bspw. ein **Ort**, eine **Uhrzeit** oder ein **Kontakt** sein.

**Dos:**

- ✓ Nutzen Sie Zwischenüberschriften
- ✓ Nutzen Sie Bulletpoints
- ✓ Fetten Sie einheitlich
- ✓ 1 – 3 Fettungen pro Absatz
- ✓ Fetten Sie nicht zu lang
- ✓ Bilden Sie Vorteilsketten

**Dont's:**

- Fetten Sie nicht zu viel
- Fetten Sie nicht willkürlich
- Vermeiden Sie Kursivschrift
- Vermeiden Sie Unterstreichungen

**Ihre Beispiele**

Habe Sie **weitere Fragen?**