

Melanie Wieland
Matthias Spielkamp

Schreiben fürs Web

Konzeption – Text – Nutzung

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

Vorwort	11
TEIL 1 WEBSITES KONZIPIEREN (<i>Melanie Wieland</i>)	15
Einleitung	17
1 Recherche und Planung	21
1.1 Projektplanung	21
1.2 Recherche	24
1.3 Strategie	27
1.4 Die Ziele der Website	28
1.5 Zielgruppen	32
1.6 Aufgaben der Recherche- und Planungsphase	44
2 Endlich kreativ	46
2.1 Leitmotiv	46
2.2 Aufgaben der Kreationsphase	60
3 Entwicklung	61
3.1 Das redaktionelle Konzept	61
3.2 Die Struktur	74
3.3 Benutzerführung	82
3.4 Navigation	86
3.5 Aufgaben der Entwicklungsphase	94

4	Feinkonzept	95
4.1	Entwicklung der Produktionsgrundlagen	96
4.2	Erstellung der Styleguides	101
4.3	Aufgaben der Feinkonzeptphase	103
5	Produktion	105
6	Überblick über die fünf Konzeptionsphasen	108
6.1	Die erste Phase: Recherche- und Planung	108
6.2	Die zweite Phase: Kreation	109
6.3	Die dritte Phase: Entwicklung	110
6.4	Die vierte Phase: Feinkonzept	112
6.5	Die fünfte Phase: Produktion	113
TEIL 2 SCHREIBEN FÜRS WEB		115
Einleitung		117
1	Textgestaltung fürs Web (<i>Melanie Wieland</i>)	122
1.1	Schriftarten	124
1.2	Schriftgröße	126
1.3	Spaltenbreite	129
1.4	Absätze	131
1.5	Zwischenüberschriften	132
1.6	Tabellen, Grafiken, Aufzählungen und Co	133
1.7	Auszeichnungen	136
1.8	Fazit	140
2	Überschrift, Vorspann, Dachzeile (<i>Matthias Spielkamp</i>)	142
2.1	Die Überschrift	142

2.2	Der Vorspann	150
2.3	Was beim Schreiben fürs Web zu beachten ist	154
2.4	Die Dachzeile	160
2.5	Fazit	161
3	Links (<i>Matthias Spielkamp</i>)	163
3.1	Links im Fließtext	164
3.2	Linklisten verwenden	167
3.3	Wie sollten Links getextet werden?	169
3.4	Interne und externe Links	172
3.5	Das Ziel des Links	177
3.6	Reine Linklisten	180
3.7	Links zu verschiedenen Medienformaten	183
3.8	Mehr Glaubwürdigkeit durch Links	183
4	Aufbau und Themennavigation (<i>Melanie Wieland</i>)	186
4.1	Der Aufbau von Websites	188
4.2	Navigation in einem Thema	192
4.3	Navigation in Rubriken	195
4.4	Der Einsatz von Bildern	197
4.5	Der Einsatz von Audios und Videos	203
4.6	Fazit	207
5	Der Newsletter (<i>Matthias Spielkamp</i>)	208
5.1	Wie oft sollte ein Newsletter erscheinen?	211
5.2	Wie sollte ein Newsletter gestaltet sein?	213

5.3	Grundsätzliches	226
5.4	Wie mache ich auf den Newsletter aufmerksam?	231
TEIL 3 WEBNUTZUNG UND REZEPTION.....		235
1	Usability (<i>Matthias Spielkamp</i>)	237
1.1	Heuristische Bewertung	241
1.2	Nutzertests	242
1.3	Einschränkungen heuristischer Tests	243
1.4	Einschränkungen von Nutzertests	246
1.5	Fazit	249
2	Rezeptionsforschung (<i>Christof Barth</i>)	255
2.1	Warum Rezeptionsforschung?	255
2.2	Methoden der Online-Rezeptionsforschung	256
2.3	Reichweitenmessungen mit Online-Panels	258
2.4	Qualitative Nutzungsstudien	260
2.5	Blickaufzeichnungsstudien	261
2.6	Onlinerezeption: Theorie und Befunde	261
2.7	Fazit	269
ANHANG		273
	Kurze Geschichte des Online-Journalismus (<i>Diemut Roether</i>)	275
	Gastautoren	293
	Literatur- und Quellenverzeichnis	294
	Sach- und Personenregister	296