

## Kriterien für LernCafe-Artikel (Zusammenfassung)

- geändert ab LC-Ausgabe 57

### **Inhaltlich**

Der Artikel soll so gestaltet sein, dass unsere LeserInnen unbedingt weiter lesen wollen und dazu verlockt werden, sich im Internet weiter zum Inhalt zu informieren (Intention des LernCafe).

- Interessanter Einstieg
- Nachvollziehbare Zusammenhänge
- Abrundung zum Schluss
- **Zusätzliche** Links im letzten Abschnitt

Dieses sind nur Stichpunkte zum groben Anhalt. Auf Seite 3 + 4 dieses Dokuments findest Du genauere Hilfen.

### **Formal**

Die Artikel dürfen maximal **9.000 – 9.500 Zeichen** (ohne Leerzeichen) enthalten. Aufgeteilt in Textblöcke mit jeweils maximal **900-950 Zeichen**.

Der erste Textblock ist der Teaser mit max. **260 Zeichen** (ohne Leerzeichen) und ohne Überschrift.

Die Artikelüberschrift darf nicht mehr als **50 Zeichen** (einschl. Leerzeichen) haben. Keine Überschriften 2. Ordnung. Jedes Kapitel sollte eine kurze Überschrift haben, auch für eine optische Unterteilung. Der Artikel sollte mit Bildern illustriert, bzw. aufgelockert werden.

### **Technisch**

**Dateinamen (Artikel- und Bild-Dateien usw.)**

- nur Kleinbuchstaben von a-z und Ziffern von 0-9 verwenden;
- Keine weiteren Zeichen außer **\_** (dem Unterstrich); natürlich steht am Ende der Punkt mit den drei Buchstaben der Dateiendung.

### **Bilder**

dürfen eine Größe von 300 x 300 Pixel und eine Dateigröße von **100 KB** nicht überschreiten. Sollte bei einem Bild die Detailansicht ausnahmeweise wichtig sein, darf ein Bild auch in einer Größe bis 600 x 800 Pixel angefügt werden.

Dateiformate bei Bildern sollten nur JPG oder Gif sein.

Bildunterschriften sollten nur angefügt werden, wenn sie unbedingt nötig sind, weil man sonst den Artikel nicht versteht. Bilder, die nur zur Illustration bzw. Auflockerung dienen, sollen ohne Bildunterschrift sein. Eine nötige Bildunterschrift sollte möglichst kurz sein, damit sie nicht die Bildbreite überragt.

### **Word-Dateien**

Schrifttyp: Arial, Schriftgröße: 12

Artikelüberschrift: **Keine Hervorhebung - nur Zeilenwechsel**

**Kein** Zusatz zur Artikelüberschrift

Teaser: Keine Überschrift, kein Bild usw.

Kapitelüberschrift: **Keine Hervorhebung - nur Zeilenwechsel**

Zeilenwechsel bitte mit >Shift + Entertaste vornehmen - **NICHT nur mit Enter-Taste**. Die bedeutet Wechsel des Abschnitts und sollte in den Word-Dateien nicht verwendet werden. Das gilt auch für echte Abschnittwechsel. Dann bitte >Shift + Entertaste wiederholen.

**Bilder sollten immer am Ende eines Abschnitts eingefügt werden. Maximal ein Bild pro Abschnitt.**

**Der Artikel selbst**

Zeile 1: Rubrik

Zeile 2: Name des Autors

Zeile 3: E-Mail-Adresse des Autors (nur bei Gastautoren)

Zeile 4: Leerzeile

Zeile 5: Artikelüberschrift (max. **50 Zeichen** incl. Leerzeichen)

Zeile 6: Leerzeile

Zeile 7ff: Teaser (max. **260 Zeichen** ohne Leerzeichen)

>>Leerzeile

folgende Zeile: Kapitelüberschrift

folgende Zeilen: Kapiteltext

evtl. extra Zeile einfügen: Name der Bild-Datei; evtl. Bildunterschrift; Quelle

ab >>Leerzeile wiederholen

**Bitte darauf achten, dass KEINE anderen Formatierungen, schon gar keine Tabellen oder Bilder von Texten (sind dann in einem Rahmen) usw. verwendet werden!!! Bitte auch keinen fremden Text kopieren und einfügen, die Formatierungen werden übertragen.**

Natürlich sind Hervorhebungen durch Fett- und Kursiv-Setzung möglich (Achtung!

Leserlichkeit beachten!). **Unterstreichungen weisen immer auf einen Link und sollten nur dafür verwendet werden.**

**Falls es nötig und sinnvoll ist, können Links auch im Text eingefügt werden. Dazu bitte wie folgt vorgehen:**

Den zu verlinkenden Begriff unterstreichen z. B. Kloster Neuenbeken

dann Zeile wechseln und in der nächsten Zeile die URL einfügen

<http://www.missionshausneuenbeken.de/>

wieder Zeile wechseln und Text fortsetzen.

Das wird dann von der Technik entsprechend umgesetzt.

Links am besten immer aus der URL-Zeile des Browsers kopieren und einfügen.

Im Informations-Abschnitt, **der auch weiter am Ende des Artikels zusätzliche Links**

**zusammenfasst**, sollte zu jedem Link in einem kurzen Hinweis (ein Begriff, oder auch ein einführender Satz) gesagt werden, um was es geht.

Zusammengehörenden Hinweis und Link bitte direkt untereinanderschreiben, den Link mit der **ENTERTASTE** abschließen und dann bis zum nächsten Hinweis und Link eine Leerzeile einfügen.

**Siehe folgende Beispiele:**

Das Rechtslexikon:

<http://www.lexexakt.de/kategorien.php>

Im Sachsenspiegel-Online werden anhand von Oberbegriffen Verfahren und Rituale bildlich gezeigt:

<http://www.sachsenspiegel-online.de/cms/meteor/topics/index.jsp>

Ausführlicher und bebildeter Text zum Klage- und Rügegericht

[http://www.harz-saale.de/Impressionen/Verlorene\\_Orte/Wuestungen/Volkmannrode/volkmannrode.html](http://www.harz-saale.de/Impressionen/Verlorene_Orte/Wuestungen/Volkmannrode/volkmannrode.html)

<p><b>Wer diese Vorgaben beachtet, hilft mit, daß für Redaktionsleitung und Technik keine zusätzliche, unnötige Arbeit entsteht.</b></p>
--

## **Redigieren**

Einem unter Journalisten geläufigem Bonmot zufolge muss sich einer immer anstrengen, entweder der Autor oder der Leser. Wir ergänzen: Wenn sich schon nicht der Autor angestrengt hat, dann ist es die Pflicht und die Chance der Redaktion, einen Text zu retten, sodass er ohne Mühe verstanden werden kann.

### **Aufbau**

Da es hier „nur“ um das Redigieren oder die Schlussredaktion geht, kann hier auch nur in Form von Fragen aufgezeigt werden, wie man sich einem Text nähern kann, den man auf seinen aussagekräftigen, logischen Aufbau hin überprüfen will.

- Welche Aussageabsicht hat der Text und welche Perspektive wurde dazu gewählt?
- Welche sprachlichen Mittel wurden gewählt? (Direkte Rede, Textzitate, konkrete Formulierung, Highlights, Beispiele usw., Vereinfachungen, Erklärungen usw.)
- Welches Wissen wird beim Leser vorausgesetzt?

### **Teaser**

Warum der Teaser so wichtig ist, ergibt sich aus der Situation in der er gescannt (vom Leser aufgenommen) wird. Der Teaser wird nicht wirklich gelesen, sondern nur überflogen. Schlüsselbegriffe sind hier sehr wichtig.

Der Teaser ist das Element, an dem sich entscheidet, ob der LC-Nutzer zum Artikel weiterklickt oder nicht. Diese Situation ist höchst sensibel, denn der Leser ist immer auf dem Weg zum nächsten Klick. Der Teaser muß also in einer Situation höchsten Wettbewerbs bestehen.

Hier geht es um Aufmerksamkeit. Aufmerksamkeit ist ein höheres Gut als Geld, denn Aufmerksamkeit kann man nicht vermehren. Der Tag hat nur 24 Stunden. Jeder hat nur ein bestimmtes Zeitvolumen für seine Interessen und Problemlösungen zur Verfügung. Der Teaser ist nicht die Lösung, sondern die Verheißung, das Versprechen.

Der Teaser zeigt immer eine gewisse Lücke, die den Leser dazu veranlaßt, den Artikel zu lesen. Auf der Informationsebene ist der Teaser also unvollständig, erst der Klick auf den Artikel wird die Information bringen.

Kleine Checkliste:

- Kurze Sätze
- Aktiv statt Passiv
- Versprich nicht mehr als Du halten kannst
- Nutze Schlüsselbegriffe als Signale
- Streiche Füllworte und andere überflüssige Wörter

Und oft rettet den Text die Präsentation. Überschrift und Teaser sind entscheidende Stationen auf dem Weg zur Lektüre. Der Leser, die Leserin entscheidet sich hier, ob er/sie den Text überhaupt liest oder gleich weiter klickt.

### **Artikel**

Auch der Einstieg in den eigentlichen Grundtext, Zwischentitel und der Umstand, dass der Text in appetitlichen Absätzen von nicht mehr als ca. **950 Zeichen** daherkommt, sind dramaturgische Stationen, die den Leser bei der Stange halten.

Wir müssen immer davon ausgehen, daß wir es bei unseren LeserInnen zumindest mit zwei Gruppen zu tun haben - diejenigen, die im Thema sind, also ein hohes Verständnis für dieses Thema mitbringen, und diejenigen, die nicht im Thema sind, sich diesem aber zumindest nähern wollen oder einfach mehr wissen oder lernen wollen. Für beide Gruppen gleichermaßen ist der Aufwand, den wir mit dem Text betreiben, wichtig.

Selbstverständlich ist natürlich auch, daß im Text keine Abkürzungen verwendet werden.  
**Inhaltliche** Änderungsvorschläge sollten den AutorInnen mitgeteilt werden.

### **Formalia**

Wir haben es bei unserer Publikation mit zwei unterschiedlichen Bereichen zu tun: den Längen von Überschriften, Abschnitten und dem ganzen Artikel und den technischen Vorgaben bezüglich der Formatvorgaben (für die Technik).

Wer seinen Artikel unter eine aussagekräftige, kurze Überschrift stellt, hat eher die Chance, in der Artikelübersicht angeklickt zu werden.

Daneben gibt es aber auch noch die Bilder und die Links. Auch auf diese Aspekte hat die Schlussredaktion zu achten und korrigierend einzugreifen.

Nicht gesondert aufgenommen werden muß hier die Aufgabe der Rechtschreibkorrektur.

## *Muster*

**Zeile 1: Rubrik**

**Zeile 2: Vor- und Zuname Autor**

**Zeile 3: Evtl. E-Mail Autor**

**Zeile 4: leer**

**Zeile 5: Titel des Artikels**

**Zeile 6: leer**

**Zeile 7: Teaser**

**Zeile 8: leer**

**Zeile 9: Kapitelüberschrift**

**Zeile 10 ff: Text**

**bilddatei.jpg; evtl. Bildunterschrift, Quelle des Bildes**

**Kapitelüberschrift**

**Text**

**bilddatei.jpg; evtl. Bildunterschrift, Quelle des Bildes**

*u. s. w. u. s. w.*

**Links**

**Der Link zum Nachlesen**

**<http://www.link.de>**