

Redaktionsleitfaden für Texte und Fotos auf

www.bmbf.de

Die Homepage www.bmbf.de ist das Schaufenster des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Sie richtet sich an die gesamte interessierte Öffentlichkeit. Bürgerinnen und Bürger werden hier genau wie die Fachöffentlichkeit verständliche und anregende Informationen über die Projekte des BMBF erhalten und zum Weiterlesen auf den rund 80 Fachhomepages des BMBF angeregt.

Die Ministeriumshomepage hat das Ziel, einen Überblick über die Themen des Hauses zu geben und Neugier zu wecken durch interessante Geschichten/Bilder/Filme aus Bildung und Forschung. Für detaillierte Fachinformationen wird auf die entsprechenden Fachhomepages des BMBF verlinkt.

Welche Informationen stehen auf www.bmbf.de?

- zeitlose Hintergrundinformationen zu den Themen des BMBF (Landingpages, Bsp. BAföG, Schul-Cloud, Gesundheitsforschung)
- Tagesaktuelle Neuigkeiten (Reden, Termine, Pressemitteilungen)
- Politische Botschaften der Ministerin
- Service für Bürgerinnen und Bürger (Bsp. FAQ zum DigitalPakt, Brexit oder BBiG)
- „Infotainment“: Forschungsprojekte, Reportagen, Interviews, Wissenschaftskommunikation
- Wie werden die Informationen auf

www.bmbf.de aufbereitet?

- Themen und Projekte werden beispielhaft, anschaulich und konkret beschrieben. Die Texte sind allgemeinverständlich und gut lesbar. Auf vollständige Aufzählungen, Linksammlungen und Dokumente wird verzichtet, es wird stattdessen eine repräsentative Auswahl angeboten.
- Das Fachpublikum wird zur vertiefenden Information über deutliche Verlinkungen zu den Fachseiten außerhalb von www.bmbf.de geführt.
- Das gestiegene Bedürfnis nach Ratgebern wird bedient: Wo finde ich Rat zu Stipendien? (z.B. Stipendienlotse) Wo kann ich mich über aktuelle Entwicklungen in der Krebsforschung informieren? (z.B. Gesundheitsinformationen)
- Die Sprache auf www.bmbf.de ist für alle Bürger verständlich, einfach und

nachrichtlich. Sie vermeidet Nominalstil und verzichtet auf bzw. erläutert Abkürzungen und Fachtermini.

- Die Themenstruktur ist am Leser und an seinen Interessen ausgerichtet und nicht am Organigramm des BMBF.
- www.bmbf.de deckt die Veröffentlichungspflicht, etwa bei Bekanntmachungen, ab.
- Die Endredaktion bei allen Inhalten von bmbf.de liegt bei LS21.

Erstes Gebot von www.bmbf.de ist die Verständlichkeit, das gilt für aktuelle Meldungen wie für Hintergrundtexte gleichermaßen.

Seiten mit Hintergrundtexten sind zeitlos gehalten. Sie beschreiben Hintergründe und Zusammenhänge. Sie werden von den Fachreferaten und den mit ihnen zusammenarbeitenden Projektträgern regelmäßig überprüft und gepflegt. LS21 gibt die Änderungen frei, sofern sie redaktionell in den Stil von bmbf.de passen. Fachleute werden von dort über gut sichtbare Verlinkungen auf die Fachauftritte außerhalb von bmbf.de weitergeleitet. Seiten mit Hintergrundtexten haben häufig den Charakter einer Landingpage oder eines Portals.

Aktuelle Meldungen/Interviews hingegen werden von der Internetredaktion in LS21 erstellt und mit den Fachseiten verlinkt, zum Beispiel über gut sichtbare Boxen. Die UA-Internetredakteure können Themenvorschläge aus ihren Referaten an die Internetredaktion schicken.

Hintergrundtexte sollten nicht mehr als 5000 Zeichen lang sein. Aktuelle Texte sollten kürzer sein. Beide Textseiten sind grundsätzlich mit Bildern und Zwischenüberschriften zu ergänzen, um die Seite für den User ansprechend und lesbar zu gestalten. Fotos sollten wo immer möglich eine Zusatzinformation geben (reine Schmuckbilder vermeiden).

Texte/Teaser/Überschriften

Überschrift, Teaser und Textanfang sollten keine sprachlichen Doppelungen haben.

Texte benötigen immer einen Teaser und eine Überschrift. Zwischenüberschriften nicht vergessen!

In jeden Artikeltext muss immer mindestens ein Bild eingefügt werden, in der Regel gleich nach dem ersten Satz oder Absatz. Auch Videos sollten eingefügt werden. Teaserbild nicht vergessen, nur dann kann die Seite als Box verlinkt oder auf die Startseite gezogen werden! Wichtig: Das Teaserbild ist recht klein. Darum sollte ein Motiv gewählt werden, dass trotzdem erkennbar ist.

Text

Titel

- Der Leser schaut zuerst auf die Überschrift: Um was geht es? Könnte das interessant sein?
- Länge: maximal 6 Wörter bzw. 60 Zeichen

Teaser

- Enthält die wichtigste Nachricht und animiert zum Weiterlesen. Leitfragen: Welche 2–3 Sätze würden Sie einem Freund/Bekanntem zurufen, um ihn über das Thema zu informieren?
- 2 – 3 Sätze, nicht mehr als 250 Zeichen

Nicht: Das BMBF hat ein Förderprogramm xy beschlossen.

Sondern: Das Bundesforschungsministerium wird die Erforschung von Krebs mit ... Euro fördern.

- Im Idealfall eignet sich der erste Satz des Teasertextes für einen Tweet bei Twitter
- Der Anfang des Kurztextes darf keine sprachliche Fortsetzung der Überschrift sein.

Titel: "Leben und leben lassen" > Kurztext darf nicht anfangen mit: Dieses Sprichwort kennen wir alle

- Ein Einstiegssatz mit der Kernbotschaft (Hingucker)

> Wer hat was? Ein Satz zum Inhalt > Warum / wie?

- je nach Thema

Ein Rutschbahn-Satz (weckt Neugier auf den Hauptartikel) > Wie

/ warum - je nach Thema?

Beispiele:

Modernes BAföG für eine noch bessere Ausbildung

Das BAföG wird sichtbar reformiert. Schüler und Studierende sollen künftig sieben Prozent mehr Geld erhalten. Der Kreis der Empfänger wird erweitert.

Haupttext

- Der Haupttext führt den Leser durch das Thema. Er erklärt anhand konkreter Beispiele worum es geht.

Zusammenhänge, Hintergründe, Begründungen so anschaulich wie möglich machen; die Leser in ihrer Erfahrungs- und Erinnerungswelt „abholen“.

= Wichtige Infos am Anfang – abnehmende Wichtigkeit – roter Faden.

> Leichtes Thema: Hintergrund rückt ans Ende

> Schwieriges Thema (Systembiologie): Hintergrund muss weit nach vorne

- optische Struktur: Absätze, Zwischenüberschriften, Aufzählungen, Hintergrundkasten

Absätze

- Kurze Absätze lesen sich leichter als lange.
- Pro Absatz *ein* Gedankengang – Absatz nicht länger als 8 Zeilen

Zwischenüberschriften

- Komprimieren Inhalt des nachfolgenden Textes / eröffnen neues Unterthema.
- Kurz und eindeutig.
nicht: Neue Pläne vorgestellt
besser: Mehr Geld für Deutsche Zentren der Gesundheitsforschung
- Vermeiden: sprachliche Doppelung zum ersten Satz des folgenden Absatzes
- Umsetzung im Redaktionssystem: Absatzformat „Überschrift H2“ zuweisen

Hervorhebungen

- sparsam mit Fettungen von Wörtern (Text nicht mit „Hinguckern“ überfrachten)
- **keine** Unterstreichungen

Aufzählungszeichen

- 3 – 7 Punkte (möglichst ungerade Anzahl)
- zurückhaltend verwenden > Text soll nicht nur aus Aufzählungen bestehen. Aufzählungspunkte mit Kommata trennen (Ausnahme: Nach ganzen Sätzen folgt ein Punkt)

Satzbau und Sprache

Satzbau

- Einfacher Satzbau – komplexe Schachtelsätze vermeiden – kurze Sätze.
- Optimale Satzlänge: 10 Wörter; keinesfalls länger als 20 Wörter!
- Eine Information pro Satz.
- *Aber*: abwechslungsreicher Satzrhythmus.
- Nicht nur Punkt und Komma, sondern auch Semikolon und Gedankenstrich verwenden.

Sprache und Wortwahl

- **einfache** und **klare** Sprache
- **aktive** Sprache – Passiv-Konstruktionen nur im äußersten Notfall

nicht: Neue Regelungen werden durch das

Ministerium erarbeitet.

sondern: Das Ministerium erarbeitet neue Regelungen.

- **Keine substantivierten Verben und Adverbien**

Vor allem bei der Endung „-ung“ immer fragen, ob das Substantiv tatsächlich nötig ist.

nicht: Durch das Gesetz soll die Stärkung der Eigenverantwortung unterstützt werden.

sondern: Das Gesetz zielt darauf ab, die Eigenverantwortung zu stärken. (Noch besser:

Mit dem Gesetz will die Bundesregierung die Eigenverantwortung stärken.)

- Immer Relativsätze anstelle des erweiterten Partizips
nicht: Das 2011 von der Bundesregierung beschlossene
Gesetz... sondern: Das Gesetz, das die Bundesregierung
2011 beschlossen hat,...“
- Fremdwörter und Fachbegriffe vermeiden oder erklären
Emissionen, also Luftverunreinigungen / Als ... bezeichnen Fachleute / ... Die
Fachleute sprechen hier von ...

- Vergleiche statt abstrakter Darstellungen (50 Prozent – die Hälfte;
vier Hektar – vier Fußballfelder)
- keine Füllwörter (eigentlich, irgendwie, durchaus)
- keine unnützen Verhältniswörter
nicht: Im Rahmen des Berichts beschreiben die
Fachleute .. sondern: Im Bericht beschreiben ...
- Bandwurmörter zerlegen
nicht: Armutsbekämpfungsbemühungen
sondern: ... bemühen sich, die Armut zu bekämpfen

Nichtssagende Floskeln und Behördensprache vermeiden:

nicht: ... im

Bildungsbereich

sondern: ... in der

Bildung

nicht: ... die Veranstaltung fand in Berlin statt

sondern: ... die Neurowissenschaftler trafen sich in Berlin

nicht: ... die Maßnahme XY wurde durchgeführt

sondern: ... das Forschungsministerium förderte das ProjektXY

nicht: ... im Rahmen der

Preisverleihung sondern: ... bei

der Preisverleihung

- Mit Artikeln nicht sparen!

nicht: BMBF fördert ... (ähm,

das BMBF kann nichts

entscheiden) eher die Ministerin

sondern: Das BMBF fördert...

noch besser: Das Bundesforschungsministerium fördert...

Orthographie und Interpunktion

- Wir orientieren uns an den Vereinbarungen der deutschen Nachrichtenagenturen zur neuen Rechtschreibung. Siehe auch die Wortlisten unter www.die-nachrichtenagenturen.de
- Um die Lesbarkeit zu erhöhen, setzen wir beim erweiterten Infinitiv mit „zu“ immer ein Komma: „Er beschloss, in die Stadt zu gehen.“
- Verbundene Hauptsätze trennen wir ebenfalls durch ein Komma: „Die Bundesbildungsministerin lud ein, und alle kamen.“

Bezeichnungen, Titel, Namen

- Stets die kürzestmögliche Bezeichnung wählen
Die „Bundesministerin für Bildung und Forschung“ ist – je nachdem, in welcher Funktion sie auftritt – die Bundesbildungsministerin oder die Bundesforschungsministerin. Das gilt auch für den Forschungsstaatssekretär oder die Bildungsstaatssekretärin.
- Keine akademischen Titel, kein Dr. oder Prof., kein „Herr“ oder „Frau“

Abkürzungen

- Abkürzungen immer ausschreiben, wegen besserer Verständlichkeit, besserer Lesbarkeit und wegen der Barrierefreiheit
nicht: z. B. / ggf. / ca. / rd. / % / Mio. / Mrd. / € / engl. / re.
richtig: zum Beispiel, gegebenenfalls, circa, rund, Prozent, Millionen, Milliarden, Euro, englisch, rechts („circa“ möglichst vermeiden. Besser: „rund“ oder „etwa“.)
- Grundsätzlich auf regierungs- und behördeninterne Abkürzungen verzichten.
Vom „BMBF“ spricht außerhalb der Bundesregierung niemand. Deshalb nur „Bundesbildungsministerium“ oder „Bundesforschungsministerium“ und bei weiteren Erwähnungen im Text „Ministerium“. „BAföG“ hingegen ist allgemein verständlich.
- Grundsätzlich nur die allgemein gebräuchlichen, aus den Medien bekannten Abkürzungen verwenden.
Unter „UN“ können sich die Leser etwas vorstellen, unter „VN“ nicht.
- Akronyme beim ersten Mal ausschreiben – Abkürzung in Klammern
Beispiel: Innovationsoffensive berufliche Bildung (IOBB)
Ausnahme: taucht der Name im Text nur einmal auf, nur Langfassung verwenden (also auf die Abkürzung in Klammern verzichten)

Fremdsprachige Wörter

- fremdsprachige Wörter im Text ebenfalls vermeiden – wegen besserer Verständlichkeit und Barrierefreiheit

Links

Wo werden Links auf der Artikelseite eingebunden?

- Links erscheinen **in der rechten Marginalspalte**
- Im Fließtext selbst werden nur in Ausnahmefällen Wörter oder Satzteile verlinkt
- Wenn es inhaltlich geboten ist, können in Ausnahmefällen auch Links

unter einen Absatz oder an das Textende („Ergänzende Informationen“) gesetzt werden.

- Nicht beliebig viele Links setzen, sondern nur die wichtigsten

Bilder, Bildunterschrift, Alt-Text, Quelle

- **Bilder** nehmen beim Scannen einer Webseite eine **herausgehobene Stellung** ein.

- Bild und Text müssen zusammenpassen und sich ergänzen.
- Vom Bild fällt der Blick des Lesers auf die **Bildunterschrift**.
- Die Bildunterschrift ist die **Klammer, die Bild und Text zusammenhält**.

Bildunterschrift

- kurz und prägnant > nicht länger als 1–2 Zeilen in der Außensicht
- inhaltliche Aussage mit Bezug zum Artikel
- keine Doppelung zu Überschrift, Kurztext und Anfang des Langtextes

Alternativ-Text (Alt-Text)

- der Alt-Text ist wichtig für Sehbehinderte
- der Alt-Text **beschreibt kurz und sachlich, was auf dem Bild zu sehen ist**
Beispiele: Windräder im Rapsfeld; Frau am Schreibtisch, gestapelte Euro-Scheine
- der Alt-Text enthält keine inhaltliche oder redaktionelle Wertung;
Abkürzungen sind nicht erlaubt
- Logos müssen im Alt-Text nicht detailliert beschrieben werden
„Deutschlandstipendium“ (reicht aus)

Quelle

- **Quelle** nennen: BMBF, AdobeStock, picture alliance
- bei **BPA-Fotografen** oder im Auftrag des BPA > **Bundesregierung/Steins**

Lizenz

- Es sollten nur Bilder verwendet werden, die unbegrenzt benutzt werden dürfen

Schlagworte für Suchmaschinen

- Schlüsselbegriffe des Dokuments bestimmen > Wonach würde ein Nutzer suchen?
- Einige – gut gewählte – Schlüsselbegriffe in das Feld

„Schlüsselwörter“ eingeben (jeweils getrennt durch
Komma und Leerzeichen)

Beispiel > Artikel Gesundheitsforschung

Schlagworte: Gesundheit, Krebs, Medizin

Einheitliche Schreibweisen

<p>Namen</p> <p>Titel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bei erster Namensnennung <u>im Haupttext</u>: Amtsbezeichnung, Vor- und Nachname Beispiel: Bundesbildungsministerin Johanna Wanka • im weiteren Verlauf: Vor- und Nachname oder Amtsbezeichnung Beispiel: Johanna Wanka oder die Bundesbildungsministerin/Bundesministerin • keine akademischen Titel
<p>Datum</p>	<ul style="list-style-type: none"> • generell Verzicht auf heute, gestern, morgen > sondern Datum • Schreibweise: 4. April 2012 • keine Zeitangaben im Teaser! Sonst wirkt der Text schnell unaktuell
<p>Uhrzeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 18 Uhr, 18:30 Uhr – mit Doppelpunkt
<p>Zahlen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zahlen von eins bis zwölf ausschreiben • Ausnahme: Vergleichbarkeit innerhalb eines Satzes / Absatzes Beispiel: ... stieg von 10 auf 25 Prozent • ab 10.000 aufwärts (mit Punkt – nicht mit Leerstelle) • Dezimalzahlen mit Komma: 12,5 Prozent
<p>Versalien</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Versalien, wenn jeder Buchstabe einzeln gesprochen wird Beispiel: VW, UN, DVD, OVG, SPD, CDU, USA • Kleinschreibung, wenn Abkürzung als Wort gesprochen wird Beispiel: Nato, Uno, Fifa, Uefa, BAföG, Bild-Zeitung
<p>Weitere Schreibwei- sen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EU (diese Abkürzung kann ohne Erklärung verwendet werden) • Kabinettsitzung • Mitgliedstaaten (mit einem ‚s‘) • Einkommensteuer (mit einem ‚s‘) • Erneuerbare Energien • sogenannte • zurzeit • neue Länder (statt Ostdeutschland oder ostdeutsche Länder)

Gender – Beispiele für alternative Formulierungen

Genderbewusste Sprache auch in unserem Internetauftritt ist uns ein wichtiges Anliegen. Grundsätzlich gilt es aber, alles zu vermeiden, was Texte schwerer lesbar macht. Im Umgangsdeutsch heißt es zum Beispiel „Schüler und Studenten“; wir sind nicht gezwungen, daraus jedes Mal „Schülerinnen und Schüler sowie Studierende“ zu machen.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Politikerinnen und Politiker	<ul style="list-style-type: none"> • Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft und Politik
Besucherinnen und Besucher	<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte
Forscherinnen und Forscher, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Expertinnen und Experten	<ul style="list-style-type: none"> • Forschende • Fachleute • (aus der) Branche / Fachwelt ...
Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaft
Lehrerinnen und Lehrer	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrkräfte/Lehrerschaft
Steuerzahlerinnen und Steuerzahler	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerpflichtige
Studentinnen und Studenten	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende
Ministerinnen und Minister	<ul style="list-style-type: none"> • Kabinettsmitglieder
Ärztinnen und Ärzte	<ul style="list-style-type: none"> • Ärzteschaft
Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer	<ul style="list-style-type: none"> • Beschäftigte/Belegschaft/Angestellte

Das Wichtigste auf einen Blick:

Nachricht vermitteln – Sachverhalte erklären – Informationen anschaulich *darstellen*

Titel:

- Interesse wecken – Länge maximal 6 Wörter

Haupttext:

- Inhaltlich klare Struktur – roter Faden – wichtige Infos zuerst
- Foto und Videos einbauen
- Absätze und Zwischenüberschriften nicht vergessen.

Abkürzung BMBF vermeiden! Besser: Bundesbildungsministerium oder Bundesforschungsministerium, je nach Kontext

Und: Für den Bürger verständlich bleiben!

Je häufiger Sie Ihren Inhalt aktualisieren, desto besser wird Ihre Seite von Google gefunden!

Dieser Leitfaden soll eine Hilfe sein. Er wird ständig fortgeschrieben. Anregungen und Ergänzungen sind immer willkommen. Bitte an die Internetredaktion in LS21 weiterleiten.

Checkliste für neue Texte für die Internetseite des BMBF

Diese Checkliste soll Ihnen helfen, Texte und Fotos vollständig zu übermitteln, um Verzögerungen bei der Veröffentlichung zu vermeiden.

Bitte senden Sie diese Checkliste vollständig ausgefüllt an _

Michael.Schnatz@bmbf.bund.de & Martin.Kleinemas@bmbf.bund.de sowie cc an Eva.Blank@bmbf.bund.de.

Bilder schicken Sie bitte separat unter Angabe der Quelle/des Copyrights sowie

Bildunterschriften an Hans-Joachim Rickel (hans-joachim.rickel@bmbf.bund.de) oder

Bildredaktion@bmbf.org.

Überschrift (max. 50 Zeichen)	
Teaser (max. 250 Zeichen)	
Haupttext (max. 5.000 Zeichen)	
Bild (min. 1.000 px breit und als	

jpg-Datei)	
Bildquelle/Lizenz	
Anlagen (pdf müssen barrierefrei sein)	
Verweise auf andere Seiten (als URL)	
Schlagworte	