



Diego Bernardini

Das paradoxe Beispiel

Website-Texte optimal für Besucher und Suchmaschinen aufzubereiten, braucht viel Fachwissen. Etliche Kriterien sind bei der Aufnahme ins Verzeichnis der Suchmaschinen (Indexierung) von Texten relevant und sollten beachtet werden.

Es geht dabei nicht nur um die vielgenannte prozentuale Dichte der Suchbegriffe (Keywords) innerhalb eines Textes. Vielmehr geht's um das Zusammenspiel von korrekter Schreibweise, um sinnvollen Einsatz von Synonymen und um Kookkurrenzen, um Vermeidung von Füllwörtern, Verteilung der Suchbegriffe auf Titel und Einleitung und um die Lesbarkeit und den Lesefluss.

Beispiel gefällig?

«Das ist ein äusserst dumer Absatz, der so eigentlich nicht im Web publiziert werden sollte, weil er einerseits keine Kernaussage hat, darum im Web nicht gefunden würde und somit im Web auch ein ziemlich einsames Dasein fristen würde.»

Vermeidet man neben der Rechtschreibprobleme auch die Füllwörter, so ergibt sich: «Das ist ein dummer Absatz, der nicht im Web publiziert werden sollte, weil er keine Kernaussage hat, im Web nicht gefunden würde und dort ein einsames Dasein fristen würde.»

Gut ist das nicht! Konzentrieren wir uns auf die Kernaussage, könnten wir es so formulieren: «Der Satz, den Sie soeben lesen, sollte nicht auf einer Website publiziert werden.»

Sehen Sie das Problem?

Der Satz ist inhaltlich absurd. Aber weil er ein schlechtes Beispiel sein soll, darf er – in seiner Kernaussage (oder in seinem Wesen) – nicht optimiert werden. Und Sie dürfen ihn deshalb mit gutem Gewissen im Internet publizieren.

Für alle anderen Fälle gilt: Website-Texte müssen eine Kernaussage haben, den Leser verführen und unterhalten.

Jeder weitere Tipp ist – Achtung Füllwort – eigentlich sinnlos. ;-) ■

➔ www.bspublic.ch



Susanne Kuntner

sk consulting
Unternehmensberatung
im Personalmanagement

➔ www.sk-consultants.ch
➔ www.baustellenprofi.ch
➔ www.meinjob.ch

Schauen Sie genauer hin:

«Für augenblicklichen Gewinn verkaufe ich die Zukunft nicht.» Werner von Siemens

«... und ich meine Seele nicht ...» frei ergänzt von Susanne Kuntner

Herrlich, wie viele Reaktionen ich auf meine Kolumne in der Januarausgabe erhalten habe: vergnügte, irritierte, zustimmende, kritische und nachfragende. Offensichtlich vermag Ironie mehr Aufmerksamkeit zu wecken als ein gewöhnlicher Text – wenn sie denn trifft. Ich möchte mich vor allem bei all jenen bedanken, die sich mit dem Schlusssatz solidarisiert haben: «Führen wir mit dem Herzen.»

Heute habe ich ein anderes Anliegen. Ich verzichte dabei auf Ironie und formuliere es vielmehr als lauten, unmissverständlichen Appell an alle Personalverantwortlichen im Bauwesen, die mit Temporärfirmen zusammenarbeiten:

Suchen Sie sich den richtigen Partner!

Mein Appell entspringt der wachsenden Sorge um unseren wertvollen Dienstleistungssektor, der unter manch unseriösem Anbieter leidet. Ich beobachte hin und wieder mit Schrecken, wer sich in unserer Branche herumtreibt, schnell und weltmännisch eine Firma gründet, mit Tiefstpreisen lockt, Menschen wie Ware handelt und morgen schon wieder vom Markt verschwunden ist. Da lohnt es sich, genauer hinzuschauen und seine Partner mit aller Sorgfalt und Weitsicht auszuwählen. Statt reflexartig den Billigsten zu wählen, würde ich mir folgende drei Fragen stellen:

1. Wie spricht ein Anbieter von den Jobsuchenden, die er vermittelt? Spüre ich sein Bewusstsein, dass es nicht nur um «Personal», sondern um individuelle Persönlichkeiten mit Stärken und Facetten geht? Wer seinen Arbeitern nicht mit Achtung und Wertschätzung begegnet, tut dies auch Ihnen als Partner gegenüber nicht.
2. Ist der Anbieter transparent? Weist er ungefragt nach, dass er die jährlichen Sozialbeiträge zahlt, den GAV einhält und sich um Arbeitssicherheit sowie Weiterbildungen kümmert? Wer nicht transparent ist, hat etwas zu verstecken.
3. Wie hoch ist seine Fachkompetenz? Verfügt der Anbieter über solide Erfahrung im HR-Bereich, kennt er das Schweizer Bauwesen und traue ich ihm Empathie, Führungsqualitäten sowie administrative Fertigkeiten zu?

Wenn Sie alle drei Fragen geklärt und ein gutes Bauchgefühl haben, dann steht einer gewinnbringenden Zusammenarbeit nichts im Weg. Geniessen Sie es, mit einem innovativen, erfahrenen und verantwortungsvollen Personaldienstleister zusammenzuarbeiten und seien Sie selbst ein fairer Partner.

PS: Ein weiteres verlässliches Kriterium für Integrität ist die Mitgliedschaft beim Branchenverband «swisstaffing». Dort steht man für Transparenz, Qualitätssicherung und Ethik. Fragen Sie bei Ihrem Anbieter nach, ob er dazugehört und die SQS-Standards umsetzt und vor allem auch lebt! ■

➔ www.meinjob.ch / www.swisstaffing.ch