

## Handlungsanleitung

### Blickfang “Titel”

**„Mann beißt Hund – die leichte Hundeschule” – Fällt es Ihnen schwer, einen passenden Titel für Ihr VHS-Angebot zu finden? Titel sind die Etikette eines Artikels. Mit ihnen fällt die Entscheidung, ob ein Artikel für lesenswert erachtet und anschließend gelesen wird. Im Internetzeitalter machen Titel und Teaser den Unterschied. Wie finde ich den perfekten Titel?**

Im Grunde geht es dem Dozenten eines VHS-Kurses am Anfang kaum anders als dem Journalisten einer Tageszeitung oder dem Blogger im Netz. Alle haben ein schriftliches Angebot und suchen hierzu den passenden Titel. Doch was zeichnet diesen aus?

Fangen wir mit den fünf wesentlichen Aspekten an:

1. Titel sollten den Inhalt des ganzen Artikels präzise auf den Punkt bringen. Wenn es das Thema zulässt, könnte der Dozent eine mehrdeutige Aussage treffen, um den Leser neugierig zu machen. In den meisten Fällen irritiert diese Vorgehensweise und erreicht nur einen geringen Teil der Leser (siehe dieser Text mit „Mann beißt Hund“).
2. Titel sollen dem Leser einen Anreiz geben, einen Artikel zu lesen. Wenn der Leser aus der Überschrift keinen Mehrwert entnimmt, wird er den Artikel ungelesen weglegen.
3. „In der Kürze liegt die Würze“ lautet das Motto bei der Titelfindung. Komplexe Konstruktionen schrecken ab. Oder lesen Sie bei dem Wort „Planfeststellungsverfahren“ gern weiter?
4. Aufmerksamkeit erzeugen Titel mit Wörtern wie „Beste, warum, wird, neu, Geheimnis, Zukunft, dein, jetzt, einfach und überraschend“. Im Internet



müssen Titel auch ohne inhaltliche Rahmung eine klare Aussage liefern und für Suchmaschinen konzipiert sein.

5. Titel sollen ein aktives Element enthalten. Analog hierzu für diesen Text „Mit dem Titel auf Leserfang“.

Ansonsten wird der Artikel nicht an- sondern weggeklickt.

## Kernfragen zur Titelfindung

### 1. Welche Zielgruppe spreche ich mit meinem Kurs an?

Ein Yoga-Kurs hat wahrscheinlich eine andere Zielgruppe als Englisch für Fortgeschrittene oder ein Rhetorik-Seminar für Mitarbeiter im Marketing. Flexibilität ist gefragt. Der Titel kann verschiedene Attituden haben: Faktenorientiert, humorvoll, wissenschaftlich – um nur einige zu nennen.

### 2. Wie bringe ich Originalität in meinen Titel?

Möglicherweise besteht die Bildungseinrichtung, in der Sie arbeiten, auf einer besonderen Struktur etwa: Kursnummer, Dozent, Inhalt. Sie müssen dann Ihr individuelles Angebot anpassen, aber die Regeln für das Binden von Aufmerksamkeit gelten natürlich weiterhin. Die Originalität kann durch ein Adjektiv oder ein Reizwort eingebracht werden. So gab es eine Kursausschreibung: „Giftpflanzen am Geschmack erkennen“.

### 3. Wie bekomme ich die Würze in die Kürze?

Der Kursleiter bringt seine Individualität zum Ausdruck – er und seine Aufbereitung des Themas unterscheiden sich von ähnlichen Angeboten. Das erfordert Kreativität. Pfiffige Adjektive, Wortspiele und Beschreibungen plus Thema des Textes helfen: „Haarsträubende Trendfrisuren“, „Frauenpower für Powerfrauen“, „Politessen im Knöllchenrausch“.

Vermeiden Sie Standardtitel. Nichts ist langweiliger als noch ein Ratgeber mit überstrapaziertem oder zu hochgegriffenem Titel wie:

- „Die besten Tipps zum Thema...“,



- „So bekämpfen Sie effektiv...“,
- „Anleitung zum...“,
- „Nie wieder...“.

Langweilig sind austauschbare Überschriften wie „Genug von Übergewicht? – So bringen Sie Ihren Körper in Form!“

## Fazit

Nehmen Sie sich Zeit für den Titel. Experimentieren Sie mit verschiedenen Fassungen und wählen später die beste aus. Es ist eine Kunst, mit Überschrift und Text den Leser so zu fesseln, dass er den Kurs bucht.

„Mann beißt Hund“ ist allemal interessanter als „Hund beißt Mann“.

CC BY-SA 3.0 DE by **Axel Bürger** für *wb-web*

