

# Styleguide für das Weblog

## Überschriften

Sie sind der wichtigste Anreiz für potentielle Leser!

- Spezifisch im Inhalt
- Unkompliziert, leicht und schwungvoll im Ausdruck
- Versprechen kein „Muss“, sondern ein schönes „Kann“

## Texte

- Kurz, maximal 3 Absätze
- Längere Texte aufsplitten („split post“) in Aufmacher und „Mehr zum Thema“
- Strukturiert: das Wichtigste zuerst, Hintergrundinformation in 2./3. Absatz
- Leicht lesbar

## Inhalte

- Neuigkeiten
- Insider-Wissen (hinter den Kulissen)
- Mehrwert anbieten, Angebote vernetzen  
(z.B. Hinweis auf weitere Links, auf Buchsprechstunde, auf Fachinfoseiten, thematische Suche im Campus-Katalog hinterlegen)

## Sprachstil

- Unbürokratisch
- Einfache Syntax, kurze Sätze
- Aktive statt passive Satzkonstruktionen
- Verbaler (statt substantivischer) Stil