

Maurice Thiriet, CR Watson
maurice.thiriet@watson.ch
Twitter: @DickMo
Instagram: @dickmo

Wie Titel- und Teaser-Tuning meisterlich funktioniert

«Egon, der Profi» oder «Wie die junge Alice den alten Egon in 5 Zitaten versenkte»? Auch der Journalismus muss sich im Zeitalter des digitalen Aufmerksamkeitsports Gehör verschaffen. Wie man in Feeds und Timelines auffällt – ohne «Clickbait» und mit messbarem Erfolg.

1. Worum geht es?

Journalistische Inhalte so verkaufen, dass sie Digital Natives erreichen und ansprechen, die keinerlei herkömmlich linearen Massenmedienkonsum (Radio, TV, Print) haben, noch je hatten.

2. Wie macht man das?

Formal an mobile SoMe/Search-Umgebungen anpassen, die die Generation Social Media gewohnt ist.

Titel / Teaser

- kurz ist in der Regel besser als lang (keine Rätsel, keine Poesie)
- personalisieren, emotionalisieren und portionieren
- direkte Ansprache / Community-Aspekt antönen

Titel-/Teaserbild

- Unmittelbarkeit bei Live-Ereignissen signalisieren (TV-Stills, “+++ XY +++ XY +++”)
- Personalisieren, zentrale Aspekte markieren, Wenn Mann nicht zwingend, dann Frau rein
- Format mit Bildgestaltung ankünden

Clickbait vs. Cliffhanger

- Nicht überverkaufen
- Nicht alles verraten
- keine adjektiven Superlative (“unglaublich”, “krass” etc.)

3. Was kommt dabei raus?

Titel und Teaserbilder, die einen unterscheidbar/erkennbar machen, in Feeds und Timelines auffallen und mittels Gestaltung dem journalistischen Format gerecht werden, bzw. dieses bereits ankündigen.