



## So gelingt Ihnen ein guter Aufsatztitel

**Noch vor wenigen Jahren hielten die Leserinnen und Leser von Fachartikeln den kompletten Text in Händen: Entweder hatten sie die gedruckten "Archäologischen Informationen" vor sich, oder sie bekamen von Ihnen einen Sonderdruck zugeschickt. Das hat sich in Zeiten von Open Access und digitalen Repositorien wie z. B. Academia.edu gewaltig geändert: Die meisten Ihrer potenziellen Leser bekommen, z. B. nach einer Internetrecherche, ausschließlich den Titel Ihres Aufsatzes angezeigt, in manchen Fällen noch zusätzlich das Abstract. Sie entscheiden nun auf dieser Basis, ob Ihr Text für sie relevant ist oder nicht. Die Überschrift des Artikels hat also eine weit höhere Bedeutung als früher, und sie muss sich an den gegenwärtigen Rezeptionsmechanismen orientieren. Unsere Handreichung soll Sie dabei unterstützen, einen Aufsatztitel so zu formulieren, dass Ihr Beitrag auch gelesen wird.**

DGUF-Büro  
An der Lay 4  
D - 54578 Kerpen-Loogh  
Tel.: 06593 - 98 96 42  
Fax: 06593 - 98 96 43  
Email: buero@dguf.de  
Web: www.dguf.de

Wer in einer Datenbank oder in Suchmaschinen zu einem Thema nach Quellen recherchiert, um darauf basierend einen eigenen Aufsatz zu schreiben, der bekommt lange Trefferlisten aus zahlreichen Fachzeitschriften, Blogposts und Monographien angezeigt. So erbringt z. B. eine schlichte Suche in Google Scholar nach "gender studies" & Archäologie 13.900 Treffer (in Google 64.500); wer nach "La Hoguette" sucht, bekommt knapp 1.000 Ergebnisse (in Google 148.000). Angezeigt werden jeweils der Titel, die Autoren, das Erscheinungsjahr, die Zeitschrift bzw. Quelle sowie drei Zeilen aus dem Inhalt mit dem Suchbegriff. Selbst der hingebungsvollste Autor eines Fachartikels wird Selektionsmechanismen entwickeln müssen, um die Zahl der Treffer einzuengen. Ein wichtiger Ansatz ist die Auswahl nach dem Titel der angezeigten Publikation: Was relevant erscheint, wird angeklickt. Alles Andere erhält vielleicht noch einen kurzen Blick auf die Autoren und wird im Zweifelsfall ignoriert. Auch wer in Sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter recherchiert, erhält vorrangig Aufsatztitel, aber kaum mehr angezeigt. Bei all dem kann man nicht wie vor zehn Jahren kurz seinen Blick auf die Zusammenfassung gleiten lassen, sondern müsste klicken. Ob man das tun will, wägt man angesichts der Menge eben strikt ab.

Genau so wird der Ihnen wichtige Aufsatz, an dem Sie gerade schreiben, nach seiner Veröffentlichung von Anderen wahrgenommen werden. Die Überschrift Ihres Beitrags steht in direkter Konkurrenz zu vielen anderen Titeln, und das ist einer der großen Unterschiede zu früher, als Ihr Beitrag ausschließlich Teil eines Bandes war, welcher hoffentlich einer renommierten Zeitschrift oder Reihe angehörte. Und es gibt eben nicht, sagen wir, zwölf Konkurrenz-Titel wie ehemals, sondern womöglich hunderte oder tausende, die direkt untereinander stehen. Viele fachlich gute Artikel gehen unbeachtet unter, weil ihre Titel "wie früher" gedacht und formuliert sind.

### **Unsere Empfehlungen für eine gute Überschrift:**

#### **1. Ihr Aufsatztitel muss auch ohne Kontext funktionieren.**

Erklärt er sich erst nach dem Lesen des Abstracts oder weiterer Informationen, funktioniert der Aufsatztitel aus o. g. Gründen nicht mehr.

#### **2. Ihr Titel muss klar und eindeutig sein.**

Vermeiden Sie Wortspiele und mehrdeutige Aussagen. Man möchte glauben, der potenzielle



Leser werde neugierig und wolle das "Rätsel" durch einen Klick auf den Artikel lösen. Wenn Sie Ihr eigenes Rechercheverhalten beobachten und an die o. g. Trefferzahlen denken, merken Sie: das ist nicht so. Niemand will mühsam erschließen müssen, was gemeint ist.



Deutsche Gesellschaft für  
Ur- und Frühgeschichte e.V.

Mehrdeutige bzw. rätselhafte Titel, aufgrund derer sich nicht erschließt, worum es im Beitrag gehen wird:

"Bilder von Archäologen, Bilder der Vergangenheit" - J. E. Fries, Arch. Inf. 40 (2017), 67-72.

"Ich bin Hobbychirurg und Hobbypolizist" - R. Karl, Arch. Inf. 40 (2017), 73-86.

Eindeutiger Titel:

"The copper axe blade of Zug-Riedmatt (Canton of Zug, Switzerland) – a key to chronology and metallurgy in the second half of the fourth millennium BC" - E. Gross, G. Schaeren, I. M. Villa, Arch. Inf. 40 (2017), 213-228.

DGUF-Büro  
An der Lay 4  
D - 54578 Kerpen-Loogh  
Tel.: 06593 - 98 96 42  
Fax: 06593 - 98 96 43  
Email: buero@dguf.de  
Web: www.dguf.de

### 3. Bringen Sie das Wichtigste auf den Punkt.

Das gilt nicht nur für den Titel, sondern auch für die anderen Elemente Ihres Fachartikels. Das sorgt für inhaltliche Klarheit und ist schlicht höflich gegenüber dem Leser und dessen Zeitbudget. Ist Ihr Titel weitschweifig, nimmt Ihr potenzieller Leser mit einigem Recht an, der gesamte Beitrag werde in dem Stil geschrieben sein.

Beim Abwägen, was von Ihrer Forschungsarbeit nun das Allerwichtigste ist, hilft es Ihnen u. U., an einen "Elevator Pitch" zu denken. Bei dieser Übung stellen Sie sich vor oder üben es mit einem Partner, dass Sie mit einem wichtigen Vertreter Ihrer Adressatengruppe – das kann ein Kollege sein, welcher den Artikel unbedingt beachten soll – einen Aufzug besteigen. Sie nicken einander freundlich zu, drücken die Knöpfe zu den Etagen, in die Sie wollen (es sind unterschiedliche), und nun sagt Ihr Kollege: "Und, woran arbeiten Sie/arbeitest Du denn gerade?" Sie haben die Zeit, bis er aussteigt, um Ihr Thema herüberzubringen und ihn neugierig zu machen. Weder bleibt Ihr Aufzug stecken, noch Ihr Kollege in der Tür stehen, noch sind Sie in einem Wolkenkratzer. Sie haben wirklich nur zehn, 15 Sekunden. Also: Was sagen Sie?

Weitschweifiger Titel:

"Eine Stellungnahme zur Darstellung des 'Archäologischen' in den Medien – Formen der Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wissenschaftsjournalismus, Verweis auf allgemeingültige Normen journalistischer Ethik, Geschäfte und was in der Archäologie noch zu tun ist - M. Yeşilyurt, Arch. Inf. 30/2 (2007), 59-66.

Das heißt nicht, dass Ihr Titel zwangsläufig kurz sein muss. Er sollte jedoch schnell erfassbar sein.

Langer, aber aussagekräftiger und gut erfassbarer Titel:

"Wie lässt sich eine intensive landwirtschaftliche Flächennutzung mit dem Schutz archäologischer Kulturdenkmale in Einklang bringen? Ein Ausblick nach der Hochwasserkatastrophe im August 2002" - R. Göldner, K. Hartsch, J. Oexle, M. Strobel, Arch. Inf. 27/1 (2004), 25-36.

Bedenken Sie übrigens auch Twitter, worüber Neuigkeiten zu Aufsätzen rasch verbreitet werden können: Überschriften, die mit den Autorennamen schon an die 280 Zeichen enthalten,



sind zu lang, um vollständig getwittert zu werden. Ihr Aufsatz hätte es in diesem Netzwerk dann schwer.

#### **4. Macht Ihre Überschrift sprachlich Lust aufs Lesen?**

Das ist natürlich immer ein Pluspunkt. Der Aufsatztitel ist eine Visitenkarte Ihres Beitrags, der erste Eindruck. Wenn es Ihnen gelingt, den Titel so zu formulieren, dass er die Punkte 1.–3. erfüllt und zusätzlich beim potenziellen Leser Neugier entsteht oder Erstaunen, wird Ihr Aufsatz eher gelesen.

#### **5. Übertreiben Sie niemals.**

Überschriften, die mehr versprechen als der Artikel dahinter halten kann, bringen Ihnen zwar zunächst kollegiale Aufmerksamkeit, beschädigen aber schnell Ihre Reputation. Dass Sie nicht über "den ältesten Kupferfund" schreiben sollten, wenn es lediglich "ein früher Kupferfund" ist, ist klar. Ein Versprechen wäre aber auch ein Titel-Teil der Art: "Überblick über das Jungneolithikum in Bayern", den der Aufsatz dahinter dann einlösen muss.

*(Diane Scherzler, für DGUF, Juli 2018)*



DGUF-Büro  
An der Lay 4  
D - 54578 Kerpen-Loogh  
Tel.: 06593 - 98 96 42  
Fax: 06593 - 98 96 43  
Email: [buero@dguf.de](mailto:buero@dguf.de)  
Web: [www.dguf.de](http://www.dguf.de)