



UNDER CONSTRUCTION

Die 7 Website-Sünden

Im Internet gibt es für den ersten Eindruck keine zweite Chance. Je gelungener die Website, desto professioneller erscheint das Unternehmen in der Wahrnehmung. „Schlechte“ Websites hingegen laufen Gefahr, Anti-Werbung zu betreiben. Interessanterweise werden bei der Gestaltung von Websites immer wieder die gleichen Fehler gemacht. Ganz gleich, ob im Design, der Menüführung oder in der Kundenansprache. Nachfolgend die Top 7 Website-Sünden.

1. Unklar, um was es geht

Kennen Sie das? Sie landen auf einer Webseite und haben keine Ahnung, wo Sie sind, was Sie tun können und ob das Angebot etwas taugt.

Die 7 Website-Sünden

Tipps für den Internetauftritt

LEITFADEN

Minuten später klicken Sie immer noch ratlos durch die Seiten. Frust und Enttäuschung sind die Folge. In der Regel sind die Besucher so schnell wieder verschwunden, wie sie gekommen sind. Chance vertan, der Kunde ist weg, im Zweifelsfall für immer. Was lernen wir daraus? Nennen Sie Ross und Reiter bereits auf der Startseite, Ihrem Online-Schaufenster. Beantworten Sie dort folgende drei Fragen:

- > Wer bin ich?
- > Was biete ich an?
- > Warum bin ich besser als andere?

Und zwar **mediengerecht**: kurzer, knackiger Text, der überflogen werden kann. Drei bis vier aussagekräftige Sätze, aufgelockert durch Aufzählungspunkte und die wichtigsten Schlüsselbegriffe im Fettdruck. Ein guter Text fällt nicht vom Himmel, sondern kostet Hirnschmalz. Als Belohnung weckt er das Interesse des Besuchers und bindet ihn an die Website.

2. Überladene Webseiten

„Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen.“ Textblöcke und Grafiklandschaften lassen die Botschaft des Unternehmens untergehen. Zu viele Farben und Formen, Schriftgrößen und Abstände tun ihr Übriges. Funktionelles Design – Fehlanzeige. Benutzerführung – ebenso Fehlanzeige. Die Seiten wirken unaufgeräumt und unruhig. „Rauschen“ nennen Webdesigner diesen Zustand. Häufigste Reaktion: „Ich will hier weg!“ Damit es Ihren Kunden mit Ihrer Webseite nicht genauso ergeht, sollten Sie mit maximal zwei bis drei Textformatierungen arbeiten. Statt großen Textblöcken lieber kurze Sätze, Aufzählungspunkte und wichtige Begriffe im Fettdruck platzieren. Unterschiedliche Elemente müssen auch unterschiedlich formatiert werden. Sonst erkennt der Besucher

nicht, ob es sich beispielsweise um das Haupt- oder das Nebenmenü handelt. Mit einem **Zweispaltendesign** liegen Sie in der Regel richtig: oben das Menü, unten die Inhalte und rechts noch eine Service-Spalte z.B. mit Ansprechpartner oder Hinweis auf den Newsletter.

3. Zu viel Text

Es wird nicht gerne gelesen, zumindest nicht am Monitor. Lange Texte machen müde und strengen an. Gelesen wird offline, online wird überflogen und nach Schlüsselbegriffen gescannt, im Zick-Zack-Muster. So das Ergebnis von sogenannten Eyetracking-Studien. Für die Betreiber von Webseiten bedeutet das: Geizen Sie mit Text, bringen Sie die Dinge auf den Punkt und streichen Sie Überflüssiges. Das können sein: inhaltsleere Texte, Phrasen der Sorte „Herzlich Willkommen“ oder „Wir bedanken uns für Ihr Interesse“ und natürlich Marketing-Prosa: „Unseren zufriedenen Kunden bieten wir einen erstklassigen Service.“ Weniger ist mehr. **Je weniger Text, desto mehr Bedeutung und Aufmerksamkeit** kommt den einzelnen Wörtern und Aussagen zu. Fakten, Fakten, Fakten: Welche Informationen erwartet der Besucher? Liefern Sie ihm genau die – dann ist er glücklich.

4. Surfgeohnheiten nicht berücksichtigt

Auch Internetsurfer sind Gewohnheitstiere. Sie erwarten auf den Webseiten gewisse Strukturen. Ähnlich der Bedienung von DVD-Playern, die sich unabhängig von Modell und Marke in den Grundzügen ähneln, müssen auch Webseiten einem gelernten Raster entsprechen. So können Aufmerksamkeit und Konzentration voll und ganz dem Inhalt gewidmet werden. Verzichten Sie daher auf innovative Design-Experimente. Platzieren Sie Logo und Slogan links oben und die Grafiklandschaft in den Kopfbereich.

Die gängigsten Designs sind die bereits erwähnten Zweispalten-Layouts. Damit berücksichtigen Sie die Gewohnheiten der Besucher und sorgen für bessere Orientierung.

5. Umständliche Navigation

„Don't make me think“ – ohne Überlegen das Ziel erreichen. Das wäre der Idealfall. Es müssen nicht immer die zwei Klicks zur gewünschten Information sein. Eine intuitive, logische Menüführung erlaubt auch weitere Klicks. Doch hier drückt der Schuh. Viele Webseiten folgen mit ihrer inhaltlichen Struktur nicht der Kunden-, sondern der Firmensichtweise. Mal werden die Geschäftsfelder abgebildet, mal die ganze Unternehmensstruktur. Suboptimal, um es vorsichtig auszudrücken. **Setzen Sie die Kundenbrille auf!** Mit welchem Anliegen kommt der Kunde auf Ihre Webseite? Welche Informationen sucht er? In welcher Begriffswelt denkt er? Gestalten Sie anhand der Antworten das Menü. Holen Sie den Kunden sprachlich auf der Website ab, nehmen Sie ihn an die Hand und leiten Sie ihn bequem zu den gesuchten Informationen.

6. Leserfreundlichkeit? Fehlanzeige!

Bei allem technischen Fortschritt: Das Lesen längerer Texte am Bildschirm fällt schwer. Unnötigerweise erschweren viele Webauftritte die Informationsaufnahme zusätzlich. Einem Designtrend folgend, ist die Schrift mal mikroskopisch klein, mal schreibt man grau auf weiß. Besonders schlimm sind die Seiten, bei denen beides zusammenkommt. Der angenehmste Kontrast ist immer noch schwarz auf weiß. Und die Schrift sollte so groß sein, dass sie nicht nur von Teenagern, sondern auch von älteren Personen gut gelesen werden kann.

7. Mobiles Webdesign

Smartphones und Tablets erobern die Websites. In der Tat wird dann der meiste Traffic auf Webseiten von mobilen Endgeräten stammen. Der gute alte Desktop-PC dient langsam aus. Für Webseiten-Betreibern bedeutet das, dass sie ihre digitale Präsenz für die mobile Welt zugänglich machen müssen. Und zwar nicht nur in Form einer verkleinert dargestellten Website, die der Besucher auf dem Smartphone mit den typischen Fingerbewegungen vergrößern muss. Sondern in Form von angepassten Designs. Auf welche Menüeinträge kann verzichtet werden? Welche Textblöcke sind zu lang? Das Zauberwort heißt „**Responsive Websdesign**“. Nicht der Besucher muss sich anpassen, sondern die Website passt sich dem Besucher bzw. seinem Endgerät (sei es ein Tablet oder Smartphone) an. Leider wird diese Anforderung von vielen Unternehmen noch stiefmütterlich behandelt. Hier haben Unternehmen noch die Chance, sich positiv, mit einer gut funktionierenden mobilen Website vom Mitwettbewerber abzuheben.

Download aller BIEG-Leitfäden unter
www.bieg-hessen.de

Stand: Januar 2013

Über den Autor

Daniel Weichert ist seit 2005 fachlicher Leiter des BIEG Hessen und hat mittlerweile in über 1.000 Beratungsfällen vor allem kleinen und mittleren Unternehmen geholfen, ihre Webauftritte zu verbessern. Sein Schwerpunkt als Berater und Fachautor liegt auf Online-Marketing-Strategien.

www.bieg-hessen.de

Daniel Weichert
BIEG Hessen



Das Angebot des BIEG Hessen

Das BIEG Hessen unterstützt kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen auf dem Weg ins Internet. Wir helfen Ihnen, Chancen und Risiken des E-Business zu verstehen und die enormen Potenziale Ihres Unternehmens freizusetzen. Egal ob Suchmaschinenoptimierung, Newsletterversand oder Webdesign – wir beraten Sie kostenlos und neutral.

Leitfäden: Verständlich und auf den Punkt

Vielleicht erhalten Sie ja bereits bei einem Blick auf unsere Leitfäden erste Antworten auf Ihre Fragen. Auf unserer Website und in Print können Sie sich über zahlreiche Themen des Online-Marketing informieren. Die Leitfäden geben einen ersten Überblick und ermöglichen Ihnen, sich im Dschungel der Marketingmöglichkeiten zu orientieren.

Seminare: Kompaktes Expertenwissen

Auf unseren Seminaren und Tagungen geben Experten Einführungen in die Welt des E-Business – zum kleinen Preis. Praxisnah und neutral erhalten Sie Einblicke in die effektive Nutzung von Social Media, die rechtssichere Gestaltung von Internetauftritten und die Präsentation attraktiver Inhalte in Ihrem Onlineshop.

Website-Check: Individuelles Feedback

Sie möchten neutrales Feedback zu Ihrer Website? Vereinbaren Sie einen Termin für ein individuelles Beratungsgespräch mit einem unserer Referenten. Sie erhalten ehrliche Rückmeldungen über die Qualität Ihrer Website, Ihre Online-Strategie und Ihre Chancen im Web.

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.
Wir freuen uns auf Sie!

info@bieg-hessen.de
Tel. 069 / 2197 1380
www.bieg-hessen.de

Impressum

Herausgeber

BIEG Hessen
c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main

Telefon 069 / 2197 1380
Telefax 069 / 2197 1497
info@bieg-hessen.de

Das BIEG Hessen ist eine GbR und wird vertreten durch die Gesellschafter IHK Frankfurt am Main, IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern, IHK Fulda und IHK Offenbach am Main.

Verantwortlich für den Inhalt

Detlev Osterloh, Geschäftsführer,
BIEG Hessen, IHK Frankfurt am Main

Druck

Daab Druck & Werbe GmbH, Reinheim

Layout und Titelbild

Birgit Dürr

Die 7 Website-Sünden

Im Internet gibt es für den ersten Eindruck keine zweite Chance. Je gelungener die Website, desto professioneller erscheint das Unternehmen in der Wahrnehmung. „Schlechte“ Websites hingegen laufen Gefahr, Anti-Werbung zu betreiben. Interessanterweise werden bei der Gestaltung von Websites immer wieder die gleichen Fehler gemacht. Ganz gleich, ob im Design, der Menüführung oder in der Kundenansprache. Nachfolgend die Top 7 Website-Sünden.



Träger des BIEG Hessen | Industrie- und Handelskammern:
Frankfurt am Main | Fulda | Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern | Offenbach am Main



HERAUSGEBER

BIEG Hessen
c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main

Telefon 069 2197-1380
Telefax 069 2197-1497
info@bieg-hessen.de
www.bieg-hessen.de