

Ratgeber Internetpräsenz:

Was gehört zu einem guten Internetauftritt?

Seit der Einführung des World Wide Web mit seiner einheitlichen Programmiersprache HTML (Hyper Text Markup Language) im Jahr 1994 wurde das Internet revolutioniert und damit die Welt verändert. Es ist inzwischen zu einem festen Bestandteil der Kommunikationsinstrumente geworden. Wer heute seine Zielgruppen schnell und differenziert ansprechen will, der kommt um diese virtuelle Kommunikationsplattform im Netz der Netze nicht herum. Doch was gehört nun zu einem guten Internetauftritt?

Grundsatz 1: Internetseiten sind keine gedruckten Prospekte

Grundsätzlich gilt, jede Internetseite ist dann gut, wenn sie mit all ihrer Funktionalität nicht einfach gedruckt werden kann. Internetseiten müssen mehr können. Angefangen von wechselnden Bildmotiven oder Filmen, über Dialogmöglichkeiten, eingebettete Programme, Verknüpfungen (sog. Links) innerhalb der Seiten oder zu anderen Internetauftritten, Kauffunktionen (E-Shop), Material-Bestellmöglichkeiten über Informations-Versandssysteme mit Abo-Funktion, bis hin zu Diskussionsforen. Wer den Text seines Firmenprospektes einfach nur ins Netz stellt, der erzeugt Langeweile beim Nutzer.

Grundsatz 2: Inhalt kommt vor Gestaltung

Ansehnlich gestaltete Seiten helfen wenig, wenn die Wahl der Inhalte und die Menüpunkte nicht auf den Punkt gebracht sind. Die Gestaltung der Seiten muß selbstverständlich in Bezug auf Farben, Logo und weitere grafische Elemente die Vorgaben der Unternehmens-Gestaltungsrichtlinien (sog. Corporate Design) berücksichtigen. Dennoch beginnt jedes gute Internet-Konzept mit der Überlegung, welche Inhalte kommuniziert werden sollen.

Grundsatz 3: Aufbau der Seiten an den Nutzern ausrichten

Es gibt keine festen Normen für den Aufbau von Internetseiten. Unzählige Untersuchungen haben allerdings ergeben, an welcher Stelle der Inhalt den größten Effekt hat. Das Logo sollte deshalb links oben oder eventuell auch zentriert oben stehen und in der Bildschirmmitte taucht der Inhalt auf. Die Menüleiste kann verschiedenen Platzierungen haben, auch Piktogramme sind hier hilfreich. So wird die spätere Navigation vereinfacht.

Grundsatz 4: Klare Struktur, denn weniger ist mehr

Überfrachtete Internetseiten mit einem Wirrwarr an Infokästen und grafischen Elementen lenken vom Wesentlichen ab. Deshalb sollte sich jede Seite auf eine Hauptbotschaft konzentrieren. Insbesondere die Startseite (Homepage) muß inhaltlich und grafisch klar gestaltet sein. Ein zusätzlicher Infokasten, der auf Neuigkeiten hinweist oder besondere Inhalte hervorhebt, ist durchaus hilfreich.

Grundsatz 5: Direkte und schnelle Navigation

Oft sind neben der ersten Menüebene weitere Ebenen erforderlich. Durch eine geschickte Auswahl sollte die Anzahl der Ebenen auf maximal drei begrenzt werden. Die Nutzer verlieren bei zu vielen Ebenen schnell den Überblick und finden meist nicht das, was sie suchen.

Eindeutige Bezeichnungen für die Menüebenen sind deshalb besonders wichtig. Bezeichnungen wie "Wir für unsere Kunden" oder "Im Fokus", können alles oder nichts bedeuten. Besser man nennt so einen Menüpunkt einfach "Service" oder "Leistungen" nach dem Motto: Das richtige Wort für den richtigen Inhalt. Grafisch sollten Untermenüebenen eine klare Darstellung aufweisen. Hier kann man sich an der versetzten Menübaum-Darstellung von handelsüblichen Dateisystemen orientieren. Ist die Menüführung gelungen, so erübrigt sich grundsätzlich eine Menüorientierungskarte (sog. Sitemap), da der Nutzer über seinen Standort auf den Internetseiten jederzeit im Bilde ist.

Grundsatz 6: Kurze Texte bringen Dinge auf den Punkt

Wer im Internet Inhalte sucht, der will kurze und prägnante Texte. Ellenlange Beschreibungen ermüden beim Lesen am Bildschirm. Am besten sind Text- und Inhaltslängen, die sich auf das Wesentliche. Ein ellenlanges Herunterfahren des Inhaltes (Scrollen) über viele Bildschirmseiten ist nicht mehr zeitgemäß. Denn die Nutzer erwarten schnell lesbare, präzise und vor allem kurze Informationen.

Grundsatz 7: Formale Anforderungen für bessere Lesbarkeit beherzigen

Ein schnelles Erfassen von Inhalten wird auch mit der Formatierung erreicht. Die Schriftart sollte klar lesbar sein. Eine mit allen Programmen zur Darstellung von Internetinhalten (sog. Browsern) gut lesbare Schriftart ist Arial mit einer Schriftgröße von mindestens 10 Punkten. Ausreichende Absätze, Zeilenabstände und Zwischenüberschriften erhöhen die Lesbarkeit ebenfalls. Bilder, Grafiken und das Unternehmenslogo müssen gestochen scharf erscheinen.

Grundsatz 8: Regelmäßig für Aktualität und Neuigkeiten sorgen

Das Internet ist ein schnelles Medium. Aus diesem Grund erwarten Nutzer hier immer die neuesten Informationen. Denn im Gegensatz zu Druckmedien können über das Internet im Sekundentakt Aktualisierungen von Inhalten vorgenommen werden. Diese gewünschte Aktualität der Inhalte muß sich auf jeder Seite widerspiegeln. Datenblätter zum Unternehmen und seinen Produkten, Pressemitteilungen und Service-Informationen müssen demnach immer auf dem neuesten Stand sein. Das kostet Zeit und Arbeit bei der Betreuung der Internetseiten (sog. Content-Management). Doch nur gepflegte und stets mit Neuigkeiten versehene Internetseiten geben den Nutzern einen Grund zum erneuten Besuch.

Grundsatz 9: Technische Möglichkeit sinnvoll ausnutzen

Internetseiten können mehr als nur den Inhalt einer gedruckten Broschüre abbilden. Genau das erwarten auch die Nutzer. Wichtige, erklärungsbedürftige Begriffe sollten verknüpft werden, beispielsweise mit anderen Seiten des Auftrittes oder einem Glossar. Jede Interaktionsmöglichkeit kann einen echten Mehrwert bringen, beispielsweise Grafiken mit Vergrößerungsfunktion oder Bearbeitungsmöglichkeiten und Bilder als Dia-Schau oder Videos. Bestellmöglichkeiten für Material (Prospekte, Geschäftsberichte, etc.) werden gerne angenommen. Auch die Abonnie rung von laufenden Informationen über einen Informationsbrief (sog. Newsletter) sind integrierbar, um den stetigen Kontakt zum Nutzer zu halten.

Falls es Unternehmensfilme gibt oder gut gestaltete, vielleicht sogar animierte Präsentationen, so sollten diese ebenfalls eingestellt werden. Zusätzlich können auch kleine Programme die Seiten interessanter gestalten. In der Finanzbranche bieten sich hier Rendite- und Steuerrechner für Anleger und Berater an.

Grundsatz 10: Internetseiten zum Dialog nutzen

Das Internet bietet die vergleichsweise einfache und kostengünstige Möglichkeit, mit den Zielgruppen in einen direkten Dialog zu treten. Eine Dialogplattform kann hier ein moderiertes Gästebuch oder ein Blog sein. Auch schnelle Meinungsumfragen sind über die eigenen Internetseiten oder Drittanbieter (bspw. surveymonkey) umsetzbar.

Grundsatz 11: Prominente Positionierung bei Suchmaschinen

Wer mit seinen Internetseiten bzw. einzelnen Inhalten gefunden werden will, kommt um eine Suchmaschinenoptimierung der Internetseiten nicht herum. Leider geben die Suchmaschinenanbieter ihre Auswahlkriterien nicht bekannt. Es gibt jedoch einige empirische Anhaltspunkte für eine gute Platzierung in den Ergebnislisten. So sollte für jede einzelne Internetseite eine genaue und seitenindividuelle Beschreibung im sog. Metatext (Informationsanhang jeder Internetseite) erfolgen. Schlagwörter tauchen am besten auch in Zwischenüberschriften oder sogar der Internetadresse selbst auf. Die Häufigkeit der Adress- und Namensnennungen im Internet spielt ebenfalls eine Rolle. Auf anderen Internetseiten abgebildete Unternehmensinformationen, beispielsweise aus Pressemitteilungen, sowie gegenseitige Verknüpfungen zu anderen Seiten helfen hier. Ein kostenfreier Eintrag bspw. bei Google-Maps oder auch Werbung über Google AdWords unterstützt zusätzlich.

Grundsatz 12: Laufende Erfolgskontrolle zur Optimierung

Mit kaum einem anderen Medium lässt sich so leicht und schnell der Erfolg bis ins kleinste Detail messen. Eine Unzahl an Analyse-Programmen (u.a. kostenlos bei Suchmaschinen-Anbietern erhältlich) liefert eine Fülle an Informationen zum Nutzerverhalten, wie Dauer des Aufenthaltes, Nutzeranzahl und deren technische Ausstattung, Häufigkeit des Aufrufes einzelner Seiten und so weiter. Diese Ergebnisse sollten regelmäßig ausgewertet und beispielsweise die Priorisierung der Inhalte angepaßt werden. Was suchen die Nutzer? Ist die Information weit genug vorne und damit leicht auffindbar plaziert? Sind die Seiten spannend genug, um eine hohe Verweildauer zu erzielen? Diese Fragen sollten beantwortet werden.

Fazit:

Internetauftritte können die Unternehmenskommunikation dauerhaft positiv beeinflussen und bieten die Chance zu einem stetigen Dialog mit den Zielgruppen. Gute Internetseiten weisen deshalb eine klare Struktur, ein gutes Konzept der Inhalte und vor allem einen laufenden Anreiz zum Wiederbesuch auf. Sie sind einfach nützlich und machen auch noch Spaß.