

UNTERNEHMENS-WEBSEITE

FENSTER ZUR WELT

*Dass man sie braucht, sollte man nicht mehr diskutieren müssen.
Doch vor allem kleinere Unternehmen und Freiberufler zögern
oft, in die eigene Webseite zu investieren. Dabei ist die
Onlinepräsenz einfacher und günstiger zu haben, als viele glauben.
von Alexander Schmelzer*

Fotos: Fotolia, Jakob Börner

Langfristig kommt man um eine Webseite nicht herum. Speziell die mobile Suche spielt eine immer größere Rolle. Die Leute suchen im Smartphone: Wo ist die nächste Autowerkstatt, das nächste Café, welche Rezensionen gibt es?“ Hauke Hatzelhoffer, 29, kennt die Wünsche der User bestens. Als Geschäftsführer und Gründer der Full Service Agentur Deer and Shark in Hamburg blickt er auf reichlich Erfahrung mit kleinen und auch großen Kunden wie Adidas oder Deutsche Börse zurück.

Studien belegen, dass vier Fünftel der Deutschen fast jeden Tag für bis zu drei Stunden im Netz sind – und rund 85 Prozent von ihnen informieren sich dabei über Produkte und Dienstleistungen. „Der User entscheidet in den ersten Sekunden, ob er auf der Webseite bleibt. Wichtig ist, dass er sofort erkennt, was das Unternehmen oder das Produkt eigentlich ist. Gute Bilder, simple Menüführung – er muss mit wenigen Klicks auf das kommen, was er wissen will“, so Hatzelhoffer. Obwohl die Website also für Kunden und Umsatz sorgen kann, haben bei Firmen mit weniger als zehn Beschäftigten laut dem Branchenverband Bitcom nur 55 Prozent einen eigenen Auftritt im Web.

Dabei ist es gar nicht so schwer, günstig einen guten Auftritt selbst zu erstellen, zumindest eine Visitenkarte im Netz – also eine Website, die nur eine oder zwei Seiten hat. Doch einige brauchen mehr: „Wenn zum Beispiel ein Arzt möchte, dass der Patient auf der Webseite selbst einen Termin eintragen kann, dann braucht er dafür professionelle Unterstützung“, erklärt Hauke Hatzelhoffer.

Hauke Hatzelhoffer, 29 Der Webdesigner ist seit 2011 Geschäftsführer der Hamburger Kommunikationsagentur DEER & SHARK und betreut mit seinem Team Kunden wie RWE, Adidas und die Deutsche Börse.
www.deerandshark.com

Tobias Reich, 31 Der Online-Shop-Manager der constancy GmbH hat jahrelange Erfahrung im Aufbau und der Betreuung von Websites. Er hilft nicht nur großen Kunden bei der Errichtung von Online-Shops, sondern auch kleinen Kunden bei der Gestaltung und Umsetzung kleiner Auftritte im Internet.
www.constancy.de

Selbst machen oder outsourcen?

Tobias Reich (31), Online-Shop-Manager bei constancy GmbH in Jena hat jahrelange Erfahrung bei Aufbau und Betreuung von erfolgreichen Internetauftritten und Webshops: „Wer eine Webseite erstellen möchte, kann das mit einem Hausbau vergleichen: Um überhaupt zu starten, braucht man ein Grundstück, das ist der Webspaces. Außerdem noch eine Adresse, das ist die Domain“, erklärt Reich. Beides zusammen gibt es ab circa fünf Euro pro Monat zum Beispiel bei 1&1 oder Strato. Reich: „Die Webseite selbst ist das Haus, das gebaut werden soll. Dann muss jeder entscheiden: Bin ich handwerklich begabt genug oder engagiere ich Fachleute?“ Für Anfänger gibt es Homepage-Baukastensysteme, wie sie Internetprovider oder Firmen, zum Beispiel Jimdo, anbieten, und die sich ohne großes Vorwissen selbst zusammenstellen lassen: „Mit wenigen Klicks und ohne Programmierkenntnisse können selbst Einsteiger hier eine individuelle Webseite zusammenstellen, die optisch richtig was hermacht“, betont Reich. Was viele allerdings nicht wissen: Einige Baukastensysteme sind nicht suchmaschinenoptimiert. Das heißt, die Webseite wird von Google oder Yahoo schlecht erkannt und irgendwo ganz hinten gelistet, so dass potenzielle Kunden sie eher selten finden. „In Schönheit zu sterben – das ist das Gegenteil dessen, was man mit einer Website will“, so Reich. >



Hauke Hatzelhoffer (mitte) und sein Team von „Deer and Shark“



Die Webseite von der Stange: Templates

Fertige Webseiten lassen sich auch im Netz oder beim Grafikdesigner kaufen. Diese sogenannten Templates erfüllen durchaus hohe Designansprüche. Kosten: zwischen 40 und 500 Euro. „Ein Template ist quasi ein schon gebautes Haus vom Designer, hier wird jetzt nur noch neu tapeziert und möbliert: Die Seite wird farblich angepasst und mit Texten, Fotos und Logo ergänzt – fertig. Nachteil: Diese Seiten sind wenig individuell“, erklärt Reich. Das ist so, als würden in einer Stadt alle Häuser gleich aussehen. Eine Alternative sind fertige Systeme, wie sie zum Beispiel Wordpress anbietet. Die sind nicht ganz so leicht zu bedienen, dafür aber im besten Falle kostenlos, mit mehr individuellen Gestaltungsmöglichkeiten und eigenen Plug-Ins (Unterstützerprogrammen) für Suchmaschinenoptimierung und vieles mehr. „Entscheidend bei allen Systemen ist, dass die Seite ‚responsive‘ ist – also, dass sie auch auf Smartphones und Tablets korrekt angezeigt wird“, betont Hauke Hatzelhoffer. Schließlich wird verstärkt von diesen auf Webseiten zugegriffen. „Nichts ist nerviger, als auf dem Phone hin- und her-scrollen zu müssen.“

Wen will man eigentlich erreichen?

Hat man sich für ein System entschieden, müssen die wichtigsten Fragen für das Design geklärt werden. Der Profi hat auch hier ein paar Tipps: „Welche Zielgruppe will ich ansprechen? Wie soll die Webseite das Unternehmen darstellen? Im Zweifel gilt: authentisch bleiben, das spürt und honoriert der Nutzer. Um beim Beispiel der Arztpraxis zu bleiben: Da wäre eine bunte und verspielte Seite eher deplatziert. Der Auftritt muss seriös sein, die Kompetenzen des Arztes darstellen. Ein junges und kreatives Unternehmen dagegen darf auch ruhig coole Fotos, schrille Farben und Formen und eine ungewöhnliche Menüführung zeigen.“

Weniger ist mehr

„Die Usability, sprich: Benutzerfreundlichkeit, wird leider häufig beim Erstellen einer Website vernachlässigt“, so Hatzelhoffer. So müssen Websites schnell laden, daher sollte man nicht zu große Bilddateien verwenden. Außerdem machen viele Anfänger

Web-Tipps

www.themeforest.net

Hier kann man sich fertige Produkte wie Design, Logo, Website, Audio Inhalte kaufen.

www.lynda.com

Videos und Lektionen rund um das Thema Webseiten.

Seiten testen:

www.woorank.com

testet Websites auf eine ganze Reihe von wichtigen Attributen

www.tools.quicksprout.com

bietet zusätzlich die Möglichkeit, Website mit bis zu drei Konkurrenz-Seiten zu vergleichen.

Buch-Tipp

Jens Jacobsen, Matthias

Gidda: „Webseiten erstellen

für Einsteiger: Schritt für

Schritt zur eigenen Website“,

Galileo Computing 2014, 451

Seiten, ca. 25 Euro

Fehler in der grafischen Gestaltung: „Der Kontrast von Text zu Hintergrund muss deutlich und die Schrift groß genug und gut lesbar sein – auch auf mobilen Endgeräten.“ Außerdem müsse die Website eine gute Navigation haben. „Die meisten Nutzer können sich spontan sechs oder sieben Punkte einer Hauptnavigation merken. Alles darüber hinaus sorgt für Verwirrung. Sie verabschieden sich, weil sie nicht sofort den gewünschten Inhalt finden.“ Alle Links müssen funktionieren, ‚Deadlinks‘ sind nicht nur nervig, sie führen auch im Suchmaschinenranking zu einer schlechteren Platzierung.

Ist das Haus gebaut, will es auch gepflegt sein: „Es ist wichtig, die Seite immer aktuell zu halten. Alte Meldungen und Bilder erwecken beim potenziellen Kunden den Eindruck, dass das Unternehmen nicht gut läuft oder vielleicht gar nicht mehr existiert“, so Reich. Wer auf Nummer sicher gehen will, sollte den Gang zur Agentur wagen. „Eine fachmännische Gestaltung mit individuellem Design, professionellen

Fotos und durchdachter Funktionalität kann man in Hamburg ab 5000

Euro bekommen,“ sagt Hatzel-

hoffer. Dafür hat man selbst

einen deutlich geringeren Aufwand – und bekommt einen

professionellen Auftritt, der

auch wahrgenommen wird.

So eine Website funktioniert

dann problemlos für mehrere

Jahre. ◀



Tobias Reich