

# Der Standpunkt des anderen

## So sehen Besucher Ihre Website

*Schon Henry Ford sagte, dass Erfolg darin begründet liegt, den Standpunkt des anderen einzunehmen. Im Internet ist das nicht anders. Erfahren Sie, wie Besucher Ihre Website sehen und entwickeln Sie eine erfolgreiche Homepage, die Ihnen stetig neue Kunden bringt.*

Maler und Lackierer werden vor allem für ihre Kompetenz in Sachen Farben beauftragt. Der Privatmann, der sein Wohnzimmer gestrichen haben möchte, wünscht sich keinen Anstrich. Er wünscht sich ein schöneres Zuhause. Das soll ihm der Maler mit seiner Kompetenz für atmosphärische Farbtöne und seinem Fachwissen in den verschiedensten Techniken schaffen.

Sinnvollerweise vertrauen viele Privat- und Geschäftsleute auf Profis und suchen den Maler oder Lackierer direkt im Internet. Nirgendwo suchen mehr Menschen aktiv nach einem Betrieb als im World Wide Web. Schaut man sich aber auf den Websites von Malern und Lackierern um, stellt man fest, dass die Betriebe selbst viel zu selten auf Profis vertrauen.

Die meisten Websites sind einfach nur grell, bunt und schlichtweg unprofessionell. Einer Studie zufolge sind über 95 Prozent aller Homepages von kleinen Unternehmen mangelhaft. Erfolgreiche Betriebe dagegen haben die enorme Tragwei-

te des Internets längst erkannt und in professionelle Websites investiert. Gute Websites bringen Ihnen neue Kunden und steigern den Umsatz langfristig.

### Überzeugen in Sekundenbruchteilen

Das Internet ist ein schnelllebiges Medium. Ebenso schnell unterwegs sind Internetnutzer. Im Bruchteil einer Sekunde entscheidet ein Besucher bereits, ob er auf Ihrer Website verweilt oder nicht. Diese winzige Zeitspanne ist ein unterbewusster Prozess, den der Besucher gar nicht wahrnimmt. Mitentscheidend für den Verbleib des Besuchers ist dabei, dass er die Website intuitiv bedienen kann. Dazu sollten Sie den Blickverlauf des klassischen Internetnutzers kennen und ihn ausnutzen.

### Für Websites gelten andere Regeln

Der Blickverlauf im Internet ist ein anderer als z. B. bei Anzeigen. Internetnutzer betrachten eine Homepage zunächst in der Mitte. Das ist logisch, da hier der für den Nutzer interessante Text steht. Achten Sie auf Ihrer Startseite daher unbedingt darauf, dass der mittlere Teil der Homepage aufgeräumt ist. Der Nutzer sollte auf den ersten Blick sehen, was Sie ihm sagen möchten. Packen Sie ihn also nicht mit zu vielen Bildern und blinkenden Symbolen voll.

Da viele Besucher Ihr Unternehmen nicht kennen, ist es eminent wichtig, eine aussagekräftige Überschrift zu verwenden, die den Hauptvorteil Ihrer Firma enthält.

In keinem Fall sollte Ihre Homepage mit „Herzlich Willkommen“ beginnen. Oder schreiben Sie in Ihre Anzeigen auch „Herzlich Willkommen in dieser Anzeige“?

Wenn Sie Ihre Homepage mit einer Begrüßungsfloskel beginnen, haben Sie den Besucher vielleicht schon wieder verloren.

Nur eine aussagekräftige Überschrift weckt das Interesse des Besuchers und sorgt dafür, dass er sich intensiver mit Ihrem Unternehmen befasst. Außerdem sehen Google & Co. es gerne, wenn die Hauptsuchwörter in der Überschrift auftauchen.

Wenn das Interesse des Besuchers geweckt wurde, wandert sein Blick zunächst nach links und dann nach rechts.

### Verständliche Begriffe in der Navigation

Links (oder oben) erwartet Ihr Besucher die Navigation. Verzichten Sie auf Spielereien und setzen Sie die Navigation nie nach unten oder gar an andere, außergewöhnliche Orte. Gerade im Internet zeigt sich, dass der Mensch ein Gewohnheitstier ist. Findet er z. B. die Navigation nicht an der vermuteten Stelle, ist er weg.

#### Daniel Dirkes

Gründer und Inhaber von Artland Marketing, Merzen. Er hat sich auf Werbung und Marketing für Handwerker und kleinere Betriebe spezialisiert ([www.artland-marketing.de](http://www.artland-marketing.de)).



Genau so negativ wie Spielereien an der Position der Navigation sind unklare Bezeichnungen. Internetnutzer sind auf Informationssuche und wollen diese so schnell wie möglich bekommen. Da ärgert Ihr Besucher sich nur, wenn er das Gesuchte nicht findet. Verwenden Sie also keine unklaren Bezeichnungen in der Navigation. Zugegeben sind die ewig gleichen Bezeichnungen „über uns“, „Leistungen“ und Co. langweilig, aber sie funktionieren.

## Dreispaltige Layouts sind erfolgreicher

Nach dem Blick auf die Navigation wandert der Blick in den rechten Bereich der Website – sofern dieser vorhanden ist. Gerade kleinere Unternehmen setzen oft auf zweispaltige Layouts, bestehend aus der linken Navigationsspalte und der zweiten Spalte, dem Textbereich.

In der Praxis zeigen aber vor allem dreispaltige Layouts die besten Ergebnisse. Bei diesen Layouts existiert eine Spalte rechts, die mit unterschiedlichsten Tools gefüllt werden kann. Nutzen Sie die Spalte z. B. für die prominente Platzierung aktueller Angebote. Weisen Sie dort auf Ihren nächsten Messebesuch oder auf Ihren Tag der offenen Tür hin. Ebenso gut können Sie den Bereich nutzen, um sogenannte Teasertexte, also kurze Texteinleitungen, zu platzieren.

Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Auch für Buttons können Sie die Spalte nutzen. Ein Maler aus Niedersachsen weist seine Besucher mit einem kreisförmigen Button darauf hin, dass er seine Arbeiten mit Termingarantie ausführt. So platziert er seinen Vorteil an einer für jeden Besucher sichtbaren Stelle.

Überlegen Sie, was für Vorteile Ihre Firma den Kunden bietet und schreiben Sie diese in die rechte Spalte Ihrer Website.

## Beweisen Sie Farbkompetenz

Anscheinend möchten viele Maler und Lackierer auf ihrer Website zeigen, dass sie mit Rot, Grün, Blau, Gelb, Pink und vielen anderen Farben umgehen können. Das zumindest

kann man denken, wenn man die Farbgebung betrachtet, die in vielen Fällen einfach nur bunt ist. Besonders harmonisch wirkt das nur selten.

Gerade als Betrieb, der mit Farben umgeht, sollten Sie darauf achten, Ihre Website farblich harmonisch zu gestalten. Beauftragen Sie professionelle Grafiker oder eine Werbeagentur mit dem Layout Ihrer Website. Ansonsten vermitteln Sie einen höchst unprofessionellen Eindruck und verlieren Kundenpotenziale.

## Textgestaltung ist das A und O

Mit einem guten Layout haben Sie die erste Hürde hinter sich gebracht. Nun steigt der Besucher tiefer in die Website ein und beginnt die Texte durchzulesen.

Bedenken Sie, dass es für das menschliche Auge schwieriger ist auf Bildschirmen zu lesen. Darum kommt der Textgestaltung im Internet eine sehr große Bedeutung zu. Als besonders nutzerfreundlich erweisen sich längere Texte, wenn sie durch Zwischenüberschriften untergliedert sind. Setzen Sie gezielt fette Buchstaben ein, um dem Leser das Wichtigste in kurzer Form darzubieten.

Die Sätze sollten möglichst kurz sein. Als ideal erweisen sich solche mit maximal sieben Wörtern.

## Überzeugende Worte

Bei Internettextrn gilt (wie auch bei allen anderen Werbetexten): Verzichten Sie auf Fachchinesisch.

Als besonders effektiv erweisen sich auf Websites Formulierungen wie:

- Erfahren Sie ...
- Lesen Sie jetzt ...
- Profitieren Sie von unseren ...

Also all jene Worte, die eine Handlungsaufforderung sind. Lenken Sie Ihren Besucher mit gezielten Links durch Ihre Website. Um einen Besucher auf Ihre Kontaktseite zu bringen, sollten Sie dem Nutzer klar sagen, was er machen soll und was er davon hat; z. B.: „Kontaktieren Sie uns jetzt und erhalten Sie weiteres Informationsmaterial in nur 24 h.“

## Erfolg mit Projektbeschreibungen

Gute Erfahrungen werden Sie mit Projektbeschreibungen machen. Diese sind aussagekräftiger als Referenzen und zeigen dem Besucher anschaulich wie sie arbeiten. Behalten Sie stets den gleichen Grundaufbau bei: Problemschilderung, Lösung und der Weg dahin gehören in jede Beschreibung. Besonders gut eignen sich natürlich solche, in denen Sie ein schwerwiegendes Problem gelöst haben.

Schreiben Sie zu jedem Ihrer Leistungsbereiche zwei bis drei Projektbeschreibungen, um dem Besucher eine gewisse Vielfalt zu bieten.

## In Kontakt mit Ihren Kunden

Wenn ein Besucher einige Minuten auf Ihrer Website verweilt, ist es Zeit ihn zur Kontaktaufnahme zu bewegen. Hierzu sollten Sie möglichst viele, verschiedene Möglichkeiten nutzen.

Verlinken Sie im Text immer wieder auf Ihren Kontaktbereich. Nutzen Sie kostenlose Angebote, kleine Geschenke und Überraschungen, um dem Besucher einen Anreiz zu bieten eine Anfrage zu stellen.

Unter gar keinen Umständen sollte Ihre Kontaktseite nur ein Kontaktformular enthalten. Statistiken zeigen, dass immer mehr Internetnutzer gar nicht mehr auf „Kontakt“ klicken, wenn Sie eine Adresse oder Telefonnummer suchen. Stattdessen klicken sie sofort auf „Impressum“. Der Grund ist, dass viele Firmen gar keine Kontaktdaten auf Ihrer Kontaktseite bekannt geben. Das vergrault den Besucher natürlich. Setzen Sie also in jedem Fall alle Kontaktdaten auf die Seite.

Beachten Sie diese Hinweise, haben Sie ein solides Fundament für eine erfolgreiche Website, die Ihnen regelmäßig Kunden bringt, geschaffen. Bedenken Sie aber auch, dass eine Website – ähnlich wie ein neuer Ausstellungsraum – bekannt gemacht werden muss. Dann ist Ihnen der Erfolg sicher!