

IHK-REPORT

www.darmstadt.ihk24.de

AUTOMOTIVE

Elektrisch in die Zukunft



Service
Konjunkturbericht
zum Herausnehmen

Konjunktur
Industrie gewinnt
an Fahrt

Software-Cluster
Beraten und
anschieben



Darmstadt
Rhein Main Neckar

Wir unterstützen Unternehmer



Marktplatz Internet: Leser und Suchmaschinen lieben Inhalte

GASTBEITRAG. Eine Webpräsenz gilt heute für Unternehmen als unabdingbar. Allerdings genügt schon ein kurzer Streifzug durchs Internet, um festzustellen, dass vielfach Marktchancen ungenutzt bleiben und unnötige Risiken bei der Außendarstellung eingegangen werden.

DIE ÜBERFRACHTUNG mit Inhalten aller Art ist ein hervorstechender Nachteil vieler Internetauftritte. Vor lauter Text- und Bildmaterial ist es Nutzern dort kaum möglich, sich zu orientieren. Doch dies wäre exakt die vom Anbieter zu lösende Aufgabe: Eine Schneise der Information durch den heute in nahezu allen Branchen vorhandenen Dschungel an Auswahlmöglichkeiten zu schlagen. Nur wer den Mut hat, auf manches Detail im Internet zu verzichten, darf hoffen, dass ein Besucher die aufgerufene Seite nicht nach wenigen Sekunden wieder verlässt.

Kein Ersatz für Fachberatung

Insofern sollten sämtliche Angebote und Informationen bei der Gestaltung auf ihren Nutzen für die Zielgruppe geprüft werden. Gelingt es zudem, sich konsequent auf die wesentlichen Inhalte zu beschränken, bietet die fertige Seite einen ansprechenden Überblick des jeweiligen Angebots. Eine Firmenwebseite kann weder Fachmagazine noch Handbücher oder die persönliche Fachberatung ersetzen.

Umgekehrt ist es Unternehmen ebenso wenig anzuraten, bei der Selbstdarstellung im Netz mit Inhalten zu geizen. Ein paar dürre Worte, einige rudimentär ausformulierte Sätze und Stichpunkte wie „XY bietet...“ oder handwerklich unzureichendes Fotomaterial geben in der Öffentlichkeit kein gutes Bild ab. Der Anbieter verpasst so nicht nur die Chance, die eigene Marktposition zu erweitern. Zugleich läuft er Gefahr, seinem Image dauerhaft zu schaden.

Als Experte präsentieren

Demgegenüber liegt die Stärke einer Webseite besonders bei mittelständischen Betrieben im Aufbau von öffentlichem Vertrauen in die gewachsene Kompetenz des Anbieters als Experte. Alleinstellungs-



Foto: privat

Autor

Marcellus Martin kommt ursprünglich aus dem Handwerk, ist seit 2001 Technischer Journalist und gründet 2006 htpr als Textwerkstatt und Redaktionsdienst. Als Diplom-Ingenieur und Diplom-Journalist ist er auf die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit insbesondere für kleinere und mittelständische Betriebe spezialisiert.

► **INFORMATION:** Marcellus Martin, htpr, Darmstadt. E-Mail: mm@htpr.de
 ► www.htpr.de

merkmale sollten daher klar beschrieben, betont und strukturiert werden. Dies bildet eine wichtige Voraussetzung für eine später intuitiv zu bedienenden Navigation, die dem Besucher Inhalte genau an der Stelle präsentiert, wo er sie auch erwartet.

Suchmaschinenoptimierung

Eine Seite nutzt nichts, wenn sie bei den gängigen Suchmaschinen weit abge-

schlagen in der Trefferliste rangiert und von Interessenten damit nur schwer zu finden ist. Häufig beruht der Anlass für eine Suchmaschinenoptimierung lediglich auf Fehlern bei der Gestaltung und Programmierung. Um den Suchmaschinen einerseits das Lesen der Inhalte leicht zu machen, reicht in der Regel eine korrekte und zeitgemäße Programmierung vollkommen aus. Andererseits lieben Suchmaschinen begründete und aussagekräftige Inhalte.

Tipps

Das sollten Sie bei der Gestaltung Ihrer Firmenwebseite beachten:

1. Dem Text sollte eine Konzeption zugrunde liegen. Geben Sie Ihrer Zielgruppe einen schlüssigen Überblick zum Unternehmen.
2. Verzichten Sie auf Details und konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Punkte und Ihre Alleinstellungsmerkmale.
3. Setzen Sie Aufzählungen und Stichpunkte möglichst sparsam ein.
4. Kurze, prägnante Aussagen dürfen von Zeit zu Zeit durch längere Sätze unterbrochen werden.
5. Reduzieren Sie die Anzahl an Fachwörtern, Wortungeheuern und Anglizismen auf ein Minimum.
6. Vermeiden Sie abgegriffene Textbausteine und ermüdende Wiederholungen.
7. Alle eingesetzten Grafiken und Bilder sollten in einem direkten Zusammenhang mit dem jeweiligen Textinhalt stehen.
8. Achten Sie auf die Übereinstimmung der in der Navigation gelisteten Menüpunkte mit den dargestellten Inhalten.
9. Halten Sie Navigation und Design eher schlicht, beide sollten in ihrer Funktionalität eindeutig ausgeführt sein.