

Expertendossier:

Webdesign, mehr als Design:

Erfolgsfaktoren für eine Website und die Auswahl der richtigen Agentur. Von Andreas Behringer*

Nur allzu oft wird Webdesign mit dem Gestalten optisch ansprechender Internetseiten gleichgesetzt - Webdesign bedeutet im Unternehmensalltag aber weitaus mehr, und "nur" Schönheit allein führt nicht zum Erfolg.

Häufig wird der Wert einer Internet-Agentur an der Optik ihrer Referenzen und dem Angebot von Flash-Animationen gemessen. Dabei ist das optische Design nur *ein* Faktor für den Erfolg einer neuen Web-Präsenz. Vergessen wird gern, dass die Website ein wichtiger *Vertriebs- und Kommunikationsweg* des Unternehmens ist oder werden soll.

Erfolgsfaktoren für eine Website

Die Erfolgsfaktoren für eine Website gehen weit über die Erstellung von HTML-Seiten hinaus. Die Gestaltung einer Website muss folgende Elemente berücksichtigen, um zum Erfolg des Unternehmens beitragen zu können:

Usability: Usability ist die Bedienbarkeit der Website durch den Besucher. Die Einhaltung von allgemein üblichen Usability-Regeln führt zu einer leicht bedienbaren Website. Die Devise ist "Don't make me think"; der Besucher sollte also nicht unnötig dazu gebracht werden, darüber nachzudenken, wie die Seite funktioniert. Frustrierte Benutzer wechseln zur Konkurrenz - die ist im Web nur einen Klick entfernt.

Design: Die optische Gestaltung sollte die Corporate Identity (CI) des Unternehmens widerspiegeln. Die Wiedererkennung des Unternehmens muss auch im Netz gewährleistet werden. Die Einbindung des Firmenlogos in ein fertiges Layout-Template reicht normalerweise nicht aus.

Wartbarkeit: Aktualität ist im Netz ein entscheidender Erfolgsfaktor. Damit die Seite stets aktuell gehalten werden kann, muss sie leicht wartbar sein: Das heißt: Inhalte müssen schnell geändert, gelöscht und hinzugefügt werden können. Systeme, die automatisch den Lebenszyklus des Contents berücksichtigen, erleichtern diese Aufgabe.

Technische Realisierung: Die Seite sollte weit verbreiteten technischen Standards genügen und auf einer möglichst breiten Auswahl von Browsern und Computersystemen angezeigt werden können. Der Verzicht auf unnötige technische Einschränkungen wie Plugins und systemspezifische Funktionen eröffnet eine viel breitere Empfänger-Gruppe. Ebenfalls ist der Einsatz brandaktueller technischer Standards mit dem Risiko behaftet, dass diese bei vielen Besuchern technische Probleme verursachen können.

Suchmaschinen Optimierung: Suchmaschinen wie Google, Yahoo, Altavista und Co. sind nach wie vor eine der wichtigsten Wege, Besucher auf die eigene Website zu lenken. Eine professionelle aber Spam-freie Optimierung kann über Erfolg und Misserfolg der Website entscheiden. Im Optimalfall wird die Seite von der Agentur, die Ihre Internetseite erstellt auch für Suchmaschinen optimiert.

Dynamische Suchmaschinenoptimierung, die datenbankgestützte Inhalte aus einem Content Management System verwendet, ist bisher nur sehr selten anzutreffen - stellt aber die beste Möglichkeit dar, heute und in Zukunft in den Suchmaschinen gefunden zu werden. (siehe auch unser Dossier „Suchmaschinen-Optimierung“)

Marketing-Mix: Der neue Vertriebs- und Kommunikationsweg muss in das Unternehmens-Marketing eingebunden werden. Zusätzliches Webmarketing und Tools zur Kundenbindung wie Newsletter etc. können genutzt werden, den bestehenden Marketing-Mix des Unternehmens zu erweitern.

Integration: Eine Website kann nur dann erfolgreich sein, wenn sie von den Mitarbeitern und der Geschäftsführung akzeptiert und unterstützt wird. Die Integration der Website in das Unternehmen und dessen tägliche Abläufe bedeutet oft einen Mehraufwand an Arbeit, der für den Erfolg der Website aber unbedingt nötig ist.

Agentur Know-How: Bei der Auswahl einer Agentur muss darauf geachtet werden, dass sie über das nötige Know-How verfügt. Hier mangelt es leider viel zu oft an nötigem Wissen, professionelle Unternehmen auch entsprechend professionell und auf Augenhöhe zu beraten. Neben Kenntnissen aus dem Designbereich sind Qualifikationen in den Bereichen

- Marketing,
- Unternehmens- und Mitarbeiterführung,
- Usability,
- Projektmanagement,
- Serversysteme,
- Datenbanksysteme,
- Content Management und
- Softwareentwicklung

unbedingt nötig.

Leider werden diese Elemente gerne vergessen, und die Auswahl der Internet-Agentur beschränkt sich oft auf einen Vergleich der vorgelegten Layout-Studien. Eine professionelle Agentur jedoch wird auf diese weiteren Faktoren vor der Erstellung einer Internet-Präsenz hinweisen und diese während der Realisierung und Einführung der Website in das Unternehmen berücksichtigen.

Übliche Irrwege:

Bei der Auswahl der Agentur, die die neue Unternehmens-Website gestalten soll, lohnt es sich, auf die Qualifikationen zu achten. Vorsicht ist geboten bei Anbietern, die Webdesign zusätzlich zu ihren üblichen Leistungen anbieten.

Beispielsweise gehört die Erstellung von Internetseiten oft auch zu den Angeboten von Print-Designern, EDV-Service-Dienstleistern und natürlich "der Freund der Tochter des Chefs, der schon mal eine private Homepage erstellt hat". Finanziell mögen diese Angebote verlockend erscheinen, diese werden aber meist den Anforderungen an moderne Websites nicht gerecht werden.

Fazit

Bei der Auswahl der Agentur muss auf ihre Qualifikationen geachtet werden, die über das Design hinausgehen. Ein Pinsel macht noch keinen Maler, ein Stift keinen Top-Autor, ein Zeichenbrett keinen Grafikdesigner. Und natürlich macht auch eine Software noch keinen Webdesigner aus.

***Kontakt: Andreas Behringer, Convation GbR,
Plattenstraße 69, D-41189 Mönchengladbach
Fon: 02166/93 60-84, Fax: 02166/93 60-85,
www.convation.de, behringer@convation.de**