

## Pressemeldung

Neulich beim Website Check ...

Folge 6: "Zielgruppenorientierung - Wer sind die Leser?"

**(Gießen, 24.08.2010) In der Beitragsreihe „Neulich beim Website Check...“ schildert das EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen alltägliche Probleme, die bei den Website Checks festgestellt wurden und zeigt Lösungen für die Praxis auf.**

Bei unseren Website Checks im EC-M prüfen wir auch den Punkt „Ziele und Zielgruppenorientierung“.

Wer eine Website im Internet anbietet, sollte sich immer darüber im Klaren sein, für wen er seine Inhalte bereithält und warum er es tut.

Website-Betreiber sollten immer überlegen, was sie mit Ihrer Website erreichen möchten. In der Regel möchten sie auf sich und ihre Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam machen, um somit neue Kunden zu finden und an sich zu binden.

Die Gestaltung und die Inhalte der Website sollten diesem Ziel Rechnung tragen:

Möchte der Unternehmer z. B. „nur präsent“ sein, reicht eine Art Visitenkarte mit Kontaktdaten.

Möchte er hingegen auf seine Produkte / Dienstleistungen aufmerksam machen, sollte klar erkennbar sein, welche Produkte / Dienstleistungen das sind, und für wen sie gedacht sind.

### **Der Leser - das (un)bekannte Wesen**

Bei der Erstellung von Websites lautet eine zentrale Frage: Wer liest die Websites?

Führt man sich den Leser vor Augen, fallen im Wesentlichen vier Eigenschaften auf:

Der Leser ist ständig in Eile, er ist faul, er hat seine Gewohnheiten und einen mittlerweile recht hohen Anspruch.

## **In Eile.**

Texte im Web werden nicht gelesen, sondern überflogen.

Die Gestaltung von Texten für das Web ist also zu unterscheiden von der Erstellung eines Artikels für eine Wochenzeitung. Der Leser einer Wochenzeitung weiß, dass er für die Lektüre eine bestimmte Zeit benötigen wird - und nimmt sich diese.

Anders im Web. Hier will der Leser vor allem eines: Fakten - und zwar schnell. Für die Textgestaltung heißt das: Das Wichtigste nach oben. Fallen Sie mit der Tür ins Haus. Nennen Sie die Kerndienstleistungen Ihres Unternehmens in den ersten fünf Zeilen Ihrer Website. Arbeiten Sie im weiteren Verlauf Ihrer Texte mit Hervorhebungen und Zwischenüberschriften, die es dem Leser leicht machen, sich einen Überblick über den Inhalt des Textes zu verschaffen.

## **Faul.**

Der Leser möchte auf Ihrer Website nicht lange suchen, sondern finden. Er möchte die für ihn relevanten Inhalte präsentiert bekommen. Dieser Punkt ist eng verknüpft mit der Anordnung und Struktur der Navigation auf einer Website, die im Idealfall intuitiv - also ohne Nachdenken - bedienbar und verständlich ist.

## **Gewohnheit.**

Ein Leser, der viel im Web unterwegs ist, hat die Erfahrung gemacht, dass es bestimmte Regelmäßigkeiten gibt, die auf vielen Websites gleich oder annähernd gleich sind.

Zum Beispiel die Anordnung der Navigation. Wenn Unternehmer das ihren Lesern bekannte Muster (Navigation entweder links senkrecht oder oben waagrecht) bedienen, werden sie höchstwahrscheinlich die Navigation auf der Website intuitiv bedienen können und so schnell an das gesuchte Ziel bzw. die Informationen gelangen.

## **Anspruch.**

Der verwöhnte User des Jahres 2010 kennt viele Websites, die grafisch und technisch immer ausgereifter werden und optisch wie inhaltlich überzeugen.

Er wird es daher immer eher erkennen, ob eine Seite professionell erstellt ist oder selbst gemacht - und seine Schlüsse daraus in Bezug auf das Unternehmen ziehen. Ein Faktor, den man nicht unterschätzen sollte.

## Fazit

Website-Betreiber tun gut daran, sich bzw. ihrer Seite gelegentlich den Spiegel vorzuhalten und die eigene Website aus der Perspektive der Leser zu betrachten.

Wer schon einmal einen Bekannten gebeten und dabei beobachtet hat, auf seiner Website eine bestimmte Information z.B. die Anfahrtsskizze oder ein Kontaktformular zu suchen, wird möglicherweise sehr anschaulich feststellen, wie viel Optimierungsbedarf allein bei der Darstellung und Anordnung von Texten oder Bedienelementen auf seiner Website noch besteht. Dauert das Suchen der Anfahrtsskizze beispielsweise länger als 10 Sekunden, besteht dringender Handlungsbedarf, wenn die Kunden den Unternehmer für seine Dienstleistung aufsuchen sollen.

In der nächsten Folge lesen Sie: **"Inhalte - Lockstoff für Leser und Suchmaschinen"**

### **Bisher erschienen:**

Folge 1: "Das Impressum - Stiefkind vieler Websites"

Folge 2: "Spamfrei ohne Barriere - Captchas in Formularen"

Folge 3: "AGB selbst gemacht - der richtige Weg?"

Folge 4: "Texte mit Bildern beleben - professionell gemacht"

Folge 5: „Haftungsausschlüsse - Unsinn auf vielen Websites“

**Kostenlose Website Checks** führt das EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr für kleine und mittlere Unternehmen aus Hessen durch. Das Ergebnis besprechen wir ausführlich mit den Unternehmern und übergeben ein zehenseitiges Checkprotokoll.

**Interesse?** Dann senden Sie einfach eine E-Mail an [info@ec-m.de](mailto:info@ec-m.de) oder rufen Sie an unter 0641 / 309 1347 (Andreas Heines).

**Kostenloser Website Check - ein kleiner Schritt für Sie, ein großer Schritt für Ihr Unternehmen.** (Direktlink: [www.ec-m.de/website-check](http://www.ec-m.de/website-check))

## Das EC-M

Das Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen arbeitet seit 1998 erfolgreich daran, die Entwicklung des Elektronischen Geschäftsverkehrs von Unternehmen in Mittelhessen zu fördern. Dabei unterstützt das EC-M gezielt kleine und mittelständische Unternehmen in der Region bei der Einführung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien. Kleinen Unternehmen in Handel, Handwerk und

Industrie fehlen häufig die nötigen Informationen und das Wissen, um den Nutzen der neuen Medien für sich einschätzen zu können.

### **Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr**

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Das Netzwerk ist das einzige bundesweite Angebot seiner Art und verzeichnet jährlich rund 30.000 Besucher in Beratungen und Veranstaltungen. Es stellt Informationen in Form von Handlungsanleitungen, Studien und Leitfäden zur Verfügung, die auf dem zentralen Auftritt [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de) heruntergeladen werden können. Die Arbeit des Netzwerks wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

### **Presseanfragen**

EC-M Beratungszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Mittelhessen

Andreas Heines

Gutfleischstr. 3 - 5

35390 Gießen

Tel.: 0641 / 3091347

Fax: 0641 / 3092959

[andreas.heines@ec-m.de](mailto:andreas.heines@ec-m.de)

[www.ec-m.de](http://www.ec-m.de)

Anzahl Zeichen (mit Leerzeichen): 5.884