

Ratgeber Webdesign

Inhalt

- Welche Vorteile bringt Ihnen ein Internet-Auftritt
- Konzeption eines Internet-Auftritts
- Die Zutaten einer Website
- So machen Sie Ihre Website bekannt
- Die Website selber erstellen oder vom Fachmann erstellen lassen?
- So finden Sie den geeigneten Webdesigner
- Über falsche Vorstellungen, Ideen und Wünsche

Kunden erwarten heute von einem modernen Unternehmen einen Internet-Auftritt.

Welche Vorteile bringt Ihnen ein Internet-Auftritt?

Imagegewinn

Viele Kunden setzen heute bei einem innovativen Unternehmen eine Internet-Präsenz voraus. Dabei geht es nicht allein darum, möglichst viele Produkte zu verkaufen. Mit einem Internet-Auftritt zeigen Sie Ihre Aufgeschlossenheit gegenüber den neuen Medien und verbessern damit auch das Ansehen der Firma gegenüber den Kunden.

Ständig verfügbare Informationen

Eine gute und aktuelle Website ist die ideale Informationsquelle für Ihre Kunden, Lieferanten, Endverbraucher, Vereins- und Verbandsmitglieder. Ihre Informationen sind ständig und zudem weltweit verfügbar. Diesen Service können Sie Ihren Kunden mit keinem anderen Medium anbieten. Aber beachten Sie! Falls Sie nicht bereit sind, die Daten regelmässig zu aktualisieren und die Website auszubauen, wird sich ein Internet-Auftritt für Sie niemals lohnen.

Erschliessen Sie neue Märkte

Erschliessen Sie neue Märkte im In- und Ausland und gewinnen Sie neue Kunden. Nutzen Sie das Internet als Ihr multimediales Schaufenster.

Senken Sie die Werbekosten

Die Vorteile für Unternehmen aller Branchen sind klar und offensichtlich. Im Vergleich zu farbigen Katalogen, kostspieligen Inseraten und teuren Adressbucheinträgen halten sich die Kosten für einen Internet-Auftritt durchaus in Grenzen. Kleinere Auftritte kosten zwischen Fr. 1500.- und Fr. 5000.-. Dies bedeutet nicht, dass Sie ganz auf Werbung in den Printmedien verzichten können, aber dank der Webpräsenz können Sie die Werbekosten beachtlich senken.

Sparen Sie Zeit

Sicherlich fallen Ihnen Fragen ein, die oft von Ihren Kunden gestellt werden. Damit Sie diese nicht immer wieder aufs Neue beantworten müssen, können Sie die am häufigsten gestellten Fragen auf Ihrer Website z.B. unter der Rubrik FAQ¹ beantworten. Dadurch haben Sie Zeit für andere Aufgaben.

¹ FAQ (Frequently asked questions) = häufig gestellte Fragen

Aufgabe der Konzeption ist, das Projekt und die geplante Website greifbar zu machen.

Konzeption eines Internet-Auftritts

Damit der geplante Internet-Auftritt nicht zum «Flop» wird, ist besonders wichtig was vor dem Design kommt: die Konzeption, das Wie, Weshalb und Warum, ohne das eine Website nur die Hälfte wert ist.

«Die Webseite» gibt es nicht und damit auch nicht «die Konzeption». Aufgabe der Konzeption ist, das Projekt und die geplante Website greifbar zu machen.

Teilkonzepte

Die Gesamtkonzeption besteht aus verschiedenen Teilkonzepten:

- **Projektdarstellung**
- **Analyse**
- **Ziel und Absichten** (Big Picture)
Was will mit der Webseite erreicht werden, welche Ideen, Gedanken und Absichten stehen hinter der Seite, woran lassen Sie sich im Ergebnis messen?
- **Informationsarchitektur**, bestehend aus:
 - Struktur (Definition der Struktur)
 - Navigation (Definition des Navigation)
 - Inhalt (Inhaltsbeschreibung und definieren der Seitentypen)
 - Design (Umsetzung und fortlaufende Aktualisierung)
- **Technisches Konzept**
Welche technischen Rahmenbedingungen können Sie bei den Besuchern voraussetzen (Hard- und Software, Browserversionen, technisches Vorwissen, Bereitschaft zur Installation von Software/Plug-Ins¹ etc.)?
- **Zeitplan**
Was muss bis wann erledigt sein?
- **Risiko- und Problemanalyse**
Erkennen und verhindern Sie Probleme und Risiken schon im Vorfeld.

Projektdarstellung

Die Projektdarstellung ist eine Zusammenfassung des Umfangs und Inhalts des Projektes. Hier sollte kurz und knapp dargestellt werden, was im Projekt gemacht wird und welche Ergebnisse geplant sind. Hier kann auch stehen, was nicht Teil des Projekts ist. Zudem werden die verantwortlichen Teilnehmer am Projekt mit Namen, Zuständigkeiten und Adressen aufgelistet.

Analyse

Keine Konzeption ohne Vorgaben. Ohne eine genaue Analyse der technischen Vorgaben, Zielgruppen und der zu erfüllenden Aufgaben kann kein gutes Design entstehen. Sammeln Sie Informationen zur Zielgruppe, Technik und Benchmark².

¹ Zusatzprogramme zum Anzeigen meist multimedialer Inhalte im Internet. Ein bekanntes und weit verbreitetes Plug-In ist z.B. der Flash Player zum Anzeigen von Flash-Filmen.

² Vergleich oder Orientierung am Wettbewerb (Was macht die Konkurrenz?)

Die Zielgruppe ist das wichtigste Glied in der Kette, der Grund schlechthin und Motor für die Erstellung einer Website.

Mehrwert Gilgen Computence bietet z.B. diesen Ratgeber nicht nur seinen Interessenten und Kunden an, sondern allen Besuchern, also auch der Konkurrenz.

Die Zielgruppe

Sie ist das wichtigste Glied in der Kette, der Grund schlechthin und Motor für die Erstellung einer Website. Die Zielgruppe bestimmt über den Erfolg oder Misserfolg Ihrer Website. Auch wenn die Website noch so schön und funktional ist, ohne Besucher waren leider alle Anstrengungen und Ausgaben umsonst. Versuchen Sie deshalb möglichst viel über diese in Erfahrung zu bringen.

Die wichtigsten Fragen zur Zielgruppe:

Alter der Zielgruppe

Welche Altersgruppen greifen auf Ihre Website zu? Nutzen Sie diese Informationen für die Gestaltung der Inhalte und Navigation, die Tonalität der Texte, die Auswahl der Bilder. Ein junge Zielgruppe wird Neuem und Unbekanntem gegenüber aufgeschlossener sein als eine ältere Zielgruppe. Letztere verfügt zudem noch über weniger technisches Wissen und ist unsicher im Umgang mit dem Internet.

Geschlecht der Zielgruppe

Achten Sie auch auf das Geschlecht Ihrer angepeilten Besucher. Frauen nutzen das Internet anders als Männer. Internet-Auftritte mit einer rein weiblichen Zielgruppe müssen inhaltlich und visuell anders gestaltet werden als Auftritte mit einer rein männlichen Zielgruppe. Einfach gesagt: Emotionalität versus Technik.

Bildungsniveau der Zielgruppe

Es ist allgemein bekannt, dass sowohl Bildungsniveau als auch Einkommen der Surfer und Surferinnen im Schnitt höher sind als im allgemeinen Durchschnitt. Nutzen Sie diese Tatsache nicht nur bei die Preisgestaltung Ihrer Produkte und Dienstleistungen, sondern vor allem bei der Entwicklung der Navigation und Inhaltsstruktur. Obschon wir Freunde des Standards sind, vor allem in punkto Bedienung, können Sie davon ausgehen, dass Anwender nicht dumm sind und intelligente Websites mehr Besucher ansprechen.

Motivation der Zielgruppe

Welche Motivation führt Besucher auf Ihre Website? Weshalb sollten sie gerade Ihre Webseiten besuchen? Fragen Sie sich, weshalb sich nur einer der Besucher Ihrer Website die Mühe machen soll, seinen Computer einzuschalten und die Online-Kosten zu tragen? Sicherlich nicht, um sich Ihr Firmengebäude anzuschauen! Dazu genügt ein Griff zum Telefon und die Bestellung einer Imagebroschüre. Das Zauberwort heisst **Mehrwert**.

Wie der Berg den Wanderer mit einer schönen Aussicht für die Anstrengungen beim Aufstieg belohnt, müssen Sie Ihren Besuchern das anbieten, was sie wirklich suchen: Informationen, Unterhaltung, Downloads – oder notfalls auch nur die Telefonnummer, unter der sie sich die Imagebroschüre bestellen können. Was an erster Stelle steht, hängt von Ihrer Zielgruppe ab.

Die Navigation ist das wichtigste Mittel, um den Besuchern den Zugang zu den einzelnen Bereichen Ihrer Website zu verschaffen.

Es wird niemand eine Website nur aufgrund der intellektuellen und herausfordernden Navigation besuchen.

Die Zutaten einer Website

Bekanntlich ist keine Website wie die andere und dennoch gibt es einen unveränderlichen Zutaten-Mix, der das Gesamtergebnis beeinflusst. Diese zu identifizieren und zu gestalten gehört zu den Hauptaufgaben des Webdesigners.

Die wichtigsten Zutaten einer Website sind:

- Navigation
- Inhalt
- Design
- Technik

Navigation

Die Navigation ist das wichtigste Mittel, um den Besuchern den Zugang zu den einzelnen Bereichen Ihrer Website zu verschaffen. Aufgrund ihrer Bedeutung ist die Navigation so ziemlich der schwerste Brocken bei der Entwicklung eines guten Designs. Sie muss die folgenden Eigenschaften besitzen und Vorgaben erfüllen:

Einfache Bedienung

Die Navigation sollte schnell erlernbar sein. Gutes Webdesign ist sicherlich nicht nur die visuelle Gestaltung einer Website, sondern auch die Entwicklung einer optimalen Bedienung – auch Usability genannt.

Konsistenz

Die Elemente der Navigation müssen auf ein Minimum beschränkt sein. «Nach oben» muss auf jeder Seite «Nach oben» heissen und auch diese Funktion ausführen. Ein Farbschema hilft dem Anwender die Navigation vom Inhalt zu unterscheiden. Die Navigation muss sich immer an der gleichen Stelle auf der Seite befinden.

Sichtbarkeit

Die Navigation muss immer sichtbar sein. Nichts ist schlimmer als eine Navigation die verschwindet und die Besucher nach einem Ausweg statt nach Informationen suchen lässt.

Klarheit

Besucher kommen meist mit einem vorgefertigten Erfahrungsschatz auf eine Webseite. Stellensuchende suchen sicherlich eine Rubrik «Jobs» und nicht «Opportunities» oder «Join us». Einen Anfahrtsplan findet sich einfacher unter «Wo wir sind» als unter «Downloads». Neues zu erfinden macht auf jeden Fall Spass – aber nicht immer Sinn.

Orientierung

Nichts ist schlimmer als die Orientierung zu verlieren. Die Besucher müssen immer wissen, wo sie sich befinden und wie sie die anderen Teile der Seite finden. Helfen Sie dem Anwender sich in der Informationsmenge zurechtzufinden.

Überprüfen Sie ihre Navigation auf die genannten Punkte. Wenn Sie einen nicht erfüllen, werden Sie die Besucher schnell verlieren. Es wird niemand eine Seite nur aufgrund der intellektuellen und herausfordernden Navigation besuchen.

Der Inhalt ist die wichtigste Zutat einer Website!

Aktualisieren Sie Ihre Website regelmässig.

**Bieten Sie einen Mehrwert an.
Wir bieten z.B. verschiedene Tests zur Überprüfung der Office-Kenntnisse an.**

Inhalt

Der Inhalt ist die wichtigste Zutat einer Website! Wir gehen davon aus, dass 90% aller Surfer nicht aus Langeweile surfen, sondern auf der Suche nach Informationen, aber auch Unterhaltung sind, welcher Art auch immer. Der Inhalt einer Site muss deshalb die folgenden Kriterien erfüllen:

Menge und Struktur

Studien zeigen, dass das Leseverhalten im Web ein anderes ist als in klassischen Medien. Besucher einer Seite lesen diese nicht, sie «scannen» sie auf verwertbare Informationen und entscheiden abhängig davon, ob sie in die Tiefe gehen oder lieber eine andere Website aufrufen. Die Texte müssen also entsprechend gestaltet werden. Kurze Absätze, mit hervorgehobenen Schlagwörtern helfen dem Leser und damit auch Ihnen. Fassen Sie umfangreiche Inhalte zu kurzen «Anreissern» zusammen und verbergen Sie den umfangreichen Inhalt hinter einem Link «mehr...» oder so ähnlich.

Lesbarkeit

Am Bildschirm liest es sich nicht gut, das ist allgemein bekannt. Machen Sie es deshalb ihren Besuchern nicht noch schwerer. Endlose «Bleiwüsten» sind schon auf Papier schwer zu lesen, im Web aber ein klarer Grund zum Wegklicken. Optimieren Sie den Text auf Lesbarkeit und nutzen Sie die Möglichkeiten, die sich über die Formatierung (Gestaltung) mit CSS (Cascading Style Sheets¹) anbieten.

Schreibstil

Viele Unternehmen verwenden aus falscher Sparsamkeit im Internet die gleichen Texte wie in den Offline-Medien. Hier sparen sie aber am falschen Ende. Eine Sammelsurium verschiedener Schreibstile und Tonalitäten macht einen unprofessionellen Eindruck. Zudem folgt aus den vorigen beiden Punkten, dass Texte fürs Web eine gesonderte Aufbereitung benötigen. Oft reicht eine redaktionelle Überarbeitung, die weitaus günstiger ist als eine vollständige Neuerstellung. Ausführliche Informationen können zusätzlich im PDF-Format zum Download angeboten werden.

¹ Formatvorlagen (Kombination von Formatierungen die unter einem Namen gespeichert werden)

Gutes Design fällt nicht auf, sondern unterstützt die Kommunikation.

Wir gestalten Ihre Webseiten so, dass diese auf allen gängigen Browsern und Monitorgrössen einwandfrei aussehen.

Design

„Das Design einer Website ist das Salz in der Suppe – zu wenig lässt alles fad erscheinen, zu viel macht alles ebenso ungeniessbar.“

Eine Website ist immer (öfter) Teil einer ganzheitlichen Marken- und Marketingstrategie und muss deshalb folgende Vorgaben erfüllen:

Wiedererkennung

Vor ein paar Jahren konnte man Internet und klassische Kommunikation noch «trennen». Heute ist die Online-Präsenz oft der wichtigste Teil im Marketingmix. Umso deutlicher sollte sich die Website mit der dahinter stehenden Marke identifizieren. Nur wenige Unternehmen verfügen heute bereits über klare Vorgaben für das Design ihrer Webseiten unter dem Gesichtspunkt eines einheitlichen Designs (Corporate Design). Vielleicht ein Grund für die Verwirrung, die bei einigen Seiten auftritt. Auch wenn es die Kreativität der Webdesigner einschränkt, muss die Wiedererkennung klar im Vordergrund stehen.

Klarheit und Unterstützung

Gutes Design fällt nicht auf, sondern unterstützt die Kommunikation. Es darf nie Selbstzweck sein, sondern gliedert die Inhalte, schafft Spannungen und Orientierung. Damit wird zwar keine Goldmedaille gewonnen, hilft Ihnen aber die Kunden optimal zu informieren und den Erfolg des Unternehmens zu steigern.

Technik

Eine banale Vorgabe für diese Zutat: Die zugrunde liegende Technik sollte der gestellten Aufgabe entsprechen. Nicht alles was technisch machbar ist, macht auch Sinn. Eine kluger Mann sagte: „Der Standard ist mein Freund!“ Zusätzlich müssen die folgenden Punkte erfüllt werden:

Browserkompatibilität

Leider hängt das Design der Website auch davon ab, was der Browser¹ später darstellen kann. Zusammengefasst unter dem schönen Begriff «Browserkompatibilität» interpretiert nicht jeder Browser HTML gleich. Dies hat zur Folge, dass die Browser unter Umständen den gleichen Code unterschiedlich darstellen. Die Anpassung an immer neue Browsertypen und Browserversionen ist einer der schlimmsten Fehlerverursacher und Zeitfresser. Mit entsprechenden Kenntnissen und Erfahrung, können Webseiten jedoch so gestaltet werden, dass sie auf den häufigst verwendeten Browsertypen und -versionen genau gleich dargestellt werden.

Verschiedene Monitorgrössen

Obschon bei der Gestaltung von Webseiten angenommen werden kann, dass die überwiegende Mehrheit der Besucher vor einem 17-Zoll-Monitor sitzt, gibt es aber auch Besucher die einen kleineren 15-Zoll-Monitor haben und solche die einen grösseren Monitor besitzen. Hier gilt es, ein Design zu entwickeln, das sowohl auf kleineren wie grösseren Monitoren gut aussieht. Studien belegen, dass Besucher es hassen, wenn Sie horizontal scrollen müssen!

¹ Ein Browser ist ein Programm zum Anzeigen von Webseiten. Die bekanntesten Browser sind: Internet Explorer, Opera und Netscape.

Die Besucher müssen zunächst einmal von der Existenz Ihrer neuen Website erfahren und im zweiten Schritt müssen sie einen Nutzen Ihres Angebots für die eigene Arbeit erkennen.

Bevor Sie Ihre Website bei den Suchmaschinen anmelden, müssen die Seiten für die Suchmaschinen optimiert sein! Dies ist jedoch ohne entsprechende Kenntnisse, kaum möglich.

Wir haben uns auf die Suchmaschinen-Optimierung von Websites spezialisiert und wissen worauf es ankommt.

So machen Sie Ihre Website bekannt

Die Website ist im Netz. Mit welcher Strategie machen Sie die Website bekannt? Anders als bei gedruckten Publikationen, die mit dem Druck, der Bindung und Auslieferung «nur» noch verteilt werden muss, gibt die Veröffentlichung Ihrer Website den Startschuss für die notwendigen Folgearbeiten.

Eine Website ist nicht statisch, im Gegenteil. Eine statische Website wäre sogar kontraproduktiv. Besucher erwarten, dass bei diesem neuen Medium die entscheidenden Vorteile – Aktualität und Schnelligkeit – zu ihrem Nutzen und Mehrwert eingesetzt werden. Warum sollte jemand sonst Ihre Website wiederholt besuchen?

Damit sind bereits die zwei wichtigsten Aspekte angerissen: Die Besucher müssen zunächst einmal von der Existenz Ihrer neuen Website erfahren und im zweiten Schritt müssen sie einen Nutzen Ihres Angebots für die eigene Arbeit erkennen. Sie müssen also auch dafür sorgen, dass das Angebot aktuell und interessant bleibt und möglichst regelmässig wächst.

Am Anfang steht auf jeden Fall das Bekanntmachen der eigenen Website. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den Möglichkeiten, die das Internet selbst bietet und den mindestens ebenso wichtigen Möglichkeiten ausserhalb des Internets.

Online-Bekanntmachung

- **Suchmaschinen-Anmeldung**
Melden Sie Ihre Website bei den wichtigsten Suchmaschinen an. Dabei bringt es nichts die Website für viel Geld bei 500 Suchmaschinen anzumelden. Wichtig ist vor allem ein gutes Ranking bei **Google**, da die meisten Surfer über diese Suchmaschine suchen.
- Tragen Sie Ihre Internet-Adresse in **Online-Branchenbüchern** wie LTV ein oder auf den Webseiten von **Berufsverbänden, Organisationen** usw.
- Erstellen Sie ein **Gratis-Firmenporträt** beim Portal für Jungunternehmer unter www.estarter.ch.
- **Linkaustausch** mit anderen Websitebetreibern.
- **Bannerwerbung** auf anderen Websites.

Offline-Bekanntmachung

- Anpassen sämtlicher **Drucksachen**
Die Internet-Adresse muss auf allen Drucksachen erscheinen.
- Machen Sie Ihren Internet-Auftritt mit einem **Rundschreiben** oder **Mailing** bei Ihren Kunden, Freunden und Bekannten bekannt.
- Tragen Sie die Internet-Adresse auch in grossen **Branchenbüchern** (Gelbe Seiten) ein.
- **Fahrzeugbeschriftung**
Lassen Sie die Heckscheibe Ihres Fahrzeuges mit Ihrer Internet-Adresse beschriften.
- Bedrucken Sie **T-Shirts** oder andere **Werbeartikel** mit Ihrer Internet-Adresse.

Vorsicht - unterschätzen Sie das Erstellen eines Internet-Auftritts nicht!

Wissen Sie wie Sie Ihre Website für die Suchmaschinen optimieren?

Die Website selber erstellen oder vom Fachmann erstellen lassen?

„Wir benötigen keinen Fachmann, wir erstellen die Website selber“. Diese Aussage hören wir sehr oft. Doch Vorsicht – unterschätzen Sie das Erstellen eines Internet-Auftritts nicht! Die nachfolgende Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile soll Ihnen helfen die richtige Entscheidung zu treffen.

Selber erstellen?

Vorteile

- Wenn Sie Ihren Zeitaufwand nicht mitrechnen, sparen Sie Geld.
- Webdesign macht Spass.
- Sie lernen etwas Neues.

Nachteile

- Sie müssen viel Zeit zum Lernen und Erstellen der Website investieren.
- Wenn Sie alle benötigten Programme zum Erstellen der Website kaufen, ist diese Variante nicht mehr günstig.
- Selbst erstellte Webseiten machen oft einen sehr unprofessionellen Eindruck.
- Die Ladezeiten sind oft zu lang, da die meisten Hobby-Webdesigner und selbsternannten Internet-Spezialisten keine Erfahrung mit der Optimierung von Bildern und HTML-Code haben.
- Die Navigation ist oft zu wenig durchdacht und ungenügend. Dies erschwert die Bedienung der Website.
- Ihre Website sieht bei den Besuchern anders aus, als bei Ihnen. Es ist sogar möglich, dass potentielle Kunden, die Seite mit einem «verrissenen» Layout sehen. Das macht einen sehr unprofessionellen Eindruck.
- Eine Optimierung der Website für die Suchmaschinen fehlt.
- Es fehlt an Interaktivität, da Sie selber keine Programmierkenntnisse haben.
- Eine Einbindung von Datenbanken, Shops, Foren und Gästebüchern ist nicht möglich.

Vom Fachmann erstellen lassen?

Vorteile

- Ausführliche Beratung, Konzeption und Planung
- Professionelles und auf Ihre Zielgruppe und Identität abgestimmtes Design.
- Einwandfreies Funktionieren der Website dank fehlerfreiem und gültigem HTML- und CSS-Code, der den Standards des **World Wide Web Consortiums** (W3C) entspricht.
- Kurze Ladezeiten, dank optimierten Grafiken und optimiertem HTML-Code.
- Benutzerfreundliche Bedienung dank durchdachter Navigation.
- Die Website sieht bei allen Besuchern gleich aus.
- Die einzelnen Seiten werden individuell für die Suchmaschinen angepasst und optimiert.
- Interaktive Seiten sind kein Problem.
- Datenbanken, Shops, Foren und Gästebücher – alles ist möglich.
- Sie haben Zeit für andere Aufgaben.

Wir sind erfahrene und ausgebildete WebPublisher SIZ und kreieren den visuellen Auftritt in Abstimmung mit Ihrer Zielgruppe und der gegebenen Kommunikations-Identität.

Anfragen per Internet, sollten innerhalb von 24 h beantwortet werden.

So finden Sie den geeigneten Webdesigner

Es gibt sehr viele Webdesigner. Vom Ein-Mann-Betrieb bis zur grossen Firma mit 100 Mitarbeitern, alle bieten Ihnen professionelles Webdesign an. Verständlich, dass es schwierig ist, den richtigen Partner zu finden, der das nötige Wissen und die Erfahrung hat.

Die nachfolgende Checkliste soll Ihnen helfen, den richtigen Partner zu finden.

- Verfügt er über die nötige Ausbildung (WebPublisher SIZ) und entsprechende Erfahrung?
- Hat er eine eigene Domain (z.B. www.computence.ch)?
- Finden Sie auf seiner Website Referenzen von Kundenprojekten?
- Haben diese Referenzprojekte einen eigenen Stil oder beruhen sie auf Standardvorlagen?
- Versteht er etwas von Website-Promotion?
- Arbeitet er Vollzeit als Webdesigner? Bietet er seine Dienstleistungen auch in ein paar Monaten noch an, wenn Sie Ihre Seiten aktualisieren wollen?
- Arbeitet er mit neuen und professionellen Programmen oder spart er auf Kosten der Qualität jeden Rappen?
- Wie schnell beantwortet er Ihre Anfragen? Anfragen per Internet, sollten innerhalb von 24 Stunden beantwortet werden.
- Ist er auch nach der Veröffentlichung für Sie da?
- Versteht er etwas von Grafikbearbeitung und -optimierung?
- Werden selbst gemachte bzw. lizenzfreie Grafiken verwendet oder wurden diese auf irgendeiner Website „gestohlen“?
- Kennt er die Unterschiede der verfügbaren Webbrowser (z.B. Internet Explorer, Opera, Netscape), um die Seiten für die verschiedenen Browser anzupassen?
- Weiss er welche Navigationsstruktur es braucht, damit sich die Besucher auf der Website zurechtfinden und nicht in «Sackgassen» landen?
- Kennt und beherrscht er das Texten fürs Internet?

Wenn Sie beim gewählten Webdesigner alle Punkte mit „Ja“ beantworten können, erhalten Sie bestimmt ein professionelles Angebot. Sparen Sie nicht am falschen Ort. Geben Sie lieber etwas mehr aus, um eine Website erstellen zu lassen, die gerne besucht wird.

Wir sind erfahrene und ausgebildete WebPublisher SIZ und kreieren den visuellen Auftritt in Abstimmung mit Ihrer Zielgruppe und der gegebenen Kommunikations-Identität. Eine umfassende Beratung und Planung, Suchmaschinen-Optimierung, Code-Validierung und ausgiebige Tests auf unterschiedlichen Plattformen und Browsern¹ sowie mit verschiedenen Bildschirmauflösungen sind bei uns selbstverständlich.

¹ Ein Browser ist ein Programm zum Anzeigen von Webseiten. Die bekanntesten Browser sind: Internet Explorer, Opera und Netscape.

Unser Tipp
Lassen Sie sich für Ihren geplanten Internet Auftritt unbedingt von einer Fachperson beraten. Wer seine Firma heute mit einem professionellen Auftritt im Internet präsentiert, wird morgen doppelt davon profitieren.

Über falsche Vorstellungen, Ideen und Wünsche

Vor allem diejenigen, die sich noch nicht so intensiv mit dem Internet beschäftigt haben, haben verständlicherweise sehr oft falsche Vorstellungen, wie eine erfolgreiche Webseite sein muss. In der Praxis staunen wir immer wieder, mit welchen Vorstellungen, Ideen und Wünschen wir konfrontiert werden. Nachfolgend finden Sie ein paar Beispiele:

„Animationen und Sound wirken frisch, jugendlich, dynamisch und ziehen daher meine Kunden an!“

Diese Meinung teilen viele. Sie stellen sich das Internet als einen multimedialen Tummelplatz vor. Eine aufwändiges Flash-Intro auf der Startseite mag beim ersten Besuch noch einen «hippen» Eindruck erwecken, aber bereits ab dem zweiten Besuch verliert es seine Wirkung und wird nicht selten als störend empfunden und weggeklickt. Weitere Nachteile sind die oftmals langen Ladezeiten und das Ablenken der Besucher von den eigentlichen Inhalten.

„Unsere Website muss wie unser Katalog aussehen!“

Viele Kunden wollen Ihren Katalog 1:1 ins Internet übertragen. Das ist technisch kaum möglich oder es entsteht eine Website mit einer langen Ladezeit.

„Hauptsache wir haben einen Internet-Auftritt, die Gestaltung ist Nebensache.“

Dies ist einer der grössten Fehler, den Sie machen können. Mit einem schlechten Internet-Auftritt, kann man keine Kunden gewinnen, sondern höchstens verlieren. Die Website ist die elektronische Visitenkarte eines Unternehmens. Deshalb gilt: Wer beim Erstellen einer Website nur sparen will, sollte besser ganz darauf verzichten.

„Für unsere Website brauchen wir keinen professionellen Webdesigner. Das kann auch Maximilian, der Sohn meines Freundes oder Herr Muster aus unserer EDV-Abteilung.“

Auch das ist ein grosser Irrtum! Sicher gelingt es auch dem Sohn Ihres Freundes oder Herrn Muster mit dem Programm **Frontpage** Websites zu erstellen. Diese sind aber selten fehlerfrei und man sieht, dass diese nicht professionell erstellt worden sind. Und kennt sich Maximilian oder Herr Muster auch mit dem Optimieren der Website für die Suchmaschinen aus? Bedenken Sie: Die schönste und teuerste Website nützt leider nichts, wenn diese von den Suchmaschinen nicht gefunden wird.

„Das Design der Website von Microsoft gefällt uns. Wir wollen auch einen solchen Internet-Auftritt.“

Möglicherweise lachen Sie jetzt, aber wir wurden schon mit solchen Wünschen konfrontiert. Sobald die Interessenten erfahren, was eine solche Website kostet, fallen sie aus allen Wolken. Es ist besser sich an den Websites der eigenen Mitbewerber zu orientieren, als an denen der Grossunternehmen mit grossen Werbebudgets.