

Animationen und kleine Bewegtbild-Clips funktionieren im Web

Dauerthema Website

„... sonst WISCH!“

Machen Sie sich klar, dass Ihre Homepage-Besucher erst einmal einen Eindruck gewinnen wollen – von Produkten, Innovationen, Technologien, Ihrer Dienstleistung oder Ihnen. Auch in der Dental-Branche ist eine Website kein Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck.

Einmal aufgesetzt wird die Unternehmens-Website leider häufig einem Dornröschenschlaf überlassen. Besser: Man küsst sie schnell wieder wach, pöppelt sie auf oder macht es gleich beim ersten Aufschlag richtig. Und das ist oft keine große Sache, was allein diese drei Punkte zeigen.

Eine Website, die keinen persönlichen Eindruck vermittelt, ist nichts wert – egal was Google sagt ...

Ja, Content is King. Inhalt und Produkteigenschaften sind wichtig. Aber die Hauptseite ihres Webauftritts darf kein Zeitungsartikel-Format haben. Informieren und schreiben Sie natürlich! Das mögen Mensch und Suchmaschine gleichermaßen. Setzen Sie sich beim Texten nicht mit den „101 besten SEO-Google-Suchmaschinen-Tricks“ unter Druck.

50 bis 80 Prozent ihrer Website Besucher nutzen ein Smartphone. „Wisch“ ist die Handbewegung der mobilen User. Mit 180 Sachen wird eine Website von unten nach oben geschoben – aber genau das gilt es zu verhindern.

Lange Texte ermüden und werden durchgewedelt. Gönnen Sie Hirn und Augen Pausen, um Inhalte aufzunehmen. Erzeugen Sie Haltepunkte. Alle zwei bis drei Sätze einen Absatz. Nutzen Sie Bilder, graphische Übergänge oder Symbole als einprägsame Bremsschwelle. Überall verwendete „Gassenhauer“-Bilder langweilen Sie? Andere auch...wisch...

Die weit verbreiteten Ein-Wort-Überschriften („Leistungen“, „Team“, ...) sind prägnant, aber als Bremsschwelle nur zweite Wahl. Mehr Würze bietet hingegen eine Headline mit einem kurzen Satz. Bezogen auf den Gesamt-

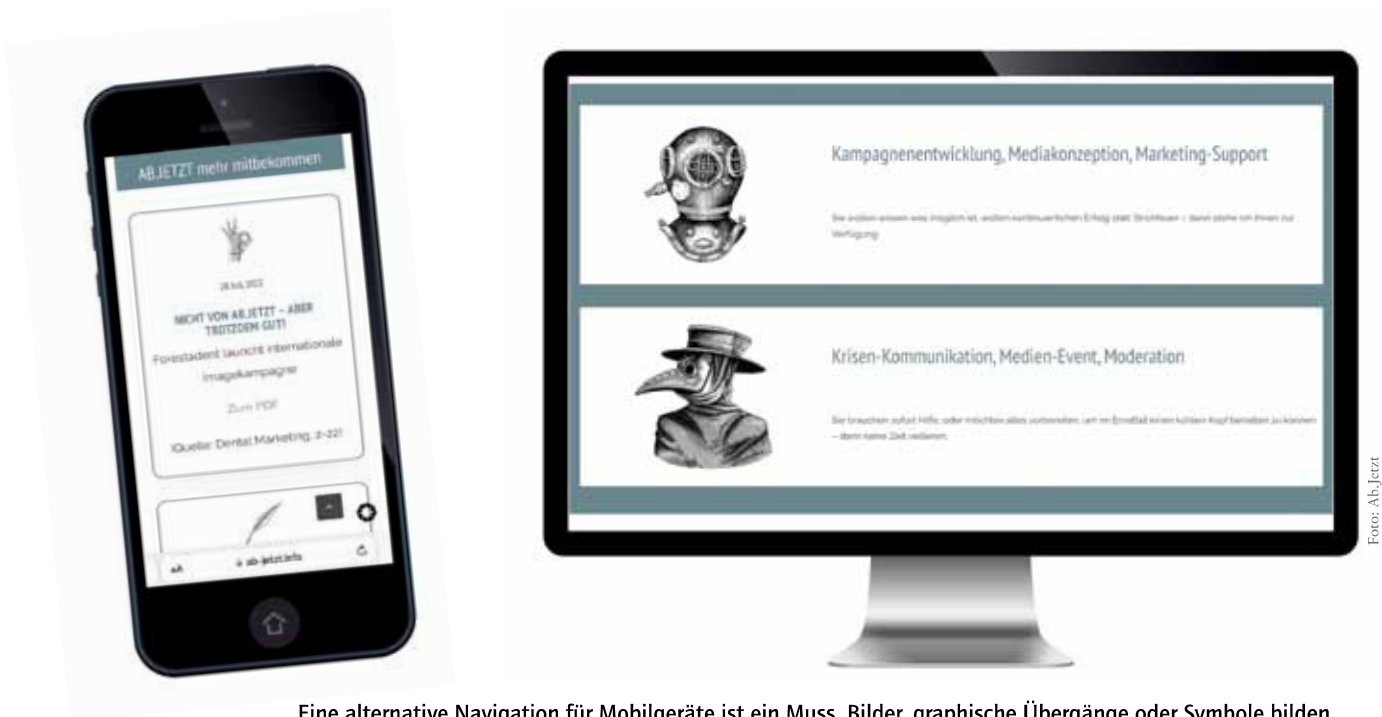


Foto: AbJetzt

Eine alternative Navigation für Mobilgeräte ist ein Muss. Bilder, graphische Übergänge oder Symbole bilden einprägsame Bremsschwellen

inhalt ist die Überschrift trotzdem ein Strukturelement (HTML: h1-h6), d. h. hierarchisch geordnet und gerne mit einem inhaltlich passenden Schlüsselwort – auch das freut Suchmaschinen. Optimieren Sie die verschiedenen Abschnitte Ihrer Website mit natürlicher Sprache, grafischen Elementen und abwechslungsreicher Formatierung. Persönlich, wirkungsvoll und geistig anregend.

Bilder und insbesondere Bewegtbilder sind Zeitgeist und können Akzeptanz-Booster sein

Machen Sie sich frei von überzogenen Erwartungshaltungen: Sie müssen keinen Hau-Mich-Um-Effekt auf der Start-

seite haben. Der wirkt eh nur einmal. Es sollte besser mehrmals gefällig sein, sonst nervt es.

Animationen und kleine Videoclips funktionieren. Aber machen Sie den Selbstcheck: Ist die Darstellung des Videoclips auf jedem Endgerät perfekt und möchte man das Gezeigte wirklich mehr als einmal sehen – ja oder nein?

Noch einige Worte zum Text: Sie sind ein Dichter und Denker und jagen einer perfekten, aber statischen und umfangreichen Suchmaschinen-Mischung aus Keywords und Inhalt nach? Langweilig. Wisch... Dann wenigstens ein paar gute Bilder in den Text, die Sie von Zeit zu Zeit aktualisieren. Bei der Auswahl nicht verrückt machen lassen! Illustrationen sind fast immer gut. Aber nicht mehr als ein oder zwei Stilrichtungen – auch wenn Ihre Grafiker und Webdesi-

gner gerne zeigen wollen, was sie alles können. Erstellen Sie lieber ein paar besondere Muster oder Cases, anstatt Ihre Website vom Layout zu überfrachten.

Die beste Navigation ist die, die man gar nicht braucht

Verschonen Sie insbesondere die mobilen Websitebesucher vor komplexen und verschachtelten Menüs! Auch Sie wünschen doch auch am liebsten von oben nach unten, anstatt immer wieder neu zur Navigation anzusetzen. Oder?

Das soll keineswegs bedeuten, dass tiefere Inhalte oder komplexere Ausführungen fehlen sollten, aber achten Sie dabei auf Ihr Publikum. Eine gute Navigationsstruktur war nie einfach, wenn es um den Transport von Inhalten geht. Das ist Arbeit! Auch eine alternative Navigation für Mobilgeräte ist keine Zauberei. Versetzen Sie sich in die Rolle verschiedener Besucher: Bekomme ich die Information, die ich wirklich will, bewusst oder unbewusst, – schnell und einfach – geliefert? Oder ist es eher mühsam und Denksport? Dann „herzlichen Glückwunsch“, Sie können delegieren – in diesem Fall Ihre vorbereitende Arbeit an Ihre (potenziellen) Kunden.

Christian Scholz



Foto: privat

ist Informatiker und betreut als IT-Allrounder bundesweit KMU, Filialisten und Einzelunternehmen. Die Vielfalt und Möglichkeiten von Websites stellen für Scholz die schöne Seite des Internets dar. Der in der Rhein-Main-Metropolregion Ansässige hat in den letzten Monaten eine Affinität zur Dental-Branche entwickelt. Aktuellstes Arbeitsbeispiel ist die Homepage ab-jetzt.info der Agentur AbJetzt – Die Kommunikationsmanufaktur.

✉ service@scholz-ait.de