

# Projekt Unternehmens-Website

## Selbstständige Pflege der Inhalte und gute Positionierung in Google

**In Deutschland verfügen 78 Prozent der Unternehmen über eine Website (Quelle: Eurostat). Damit präsentieren Unternehmen Ihre Produkte und Leistungen sowie besonders das Unternehmen selbst. Die potentielle Zielgruppe umfasst aktuell 41 Millionen Internetnutzer aus Deutschland (Quelle: AD Europe). Vor diesem Hintergrund sind die Fragen zu sehen, welche Anforderungen eine neue Website erfüllen muss, welche Kosten für die Realisierung entstehen und ob die neue Website eventuell durch das Unternehmen selbst erstellt und gepflegt werden kann.**

Im ersten Schritt ist die Zielsetzung der Website zu definieren. Wird eine reine Image-Website angestrebt, sind Produktinformationen bereitzustellen oder sollen Produkte und Leistungen direkt über das Internet in einem eigenen Online-Shop verkauft werden?

Nach geklärter Zielsetzung erfolgt der zweite Schritt: Es gilt die Struktur der Website zu definieren. Mit der Struktur bzw. dem Navigationsbaum wird festgelegt, welche prinzipiellen Inhalte die Website darstellen soll. Bei einem erstmaligen Internetauftritt eines Unternehmens ist es relativ schwierig, eine aussagefähige Struktur festzulegen. Daher sollte im Vorfeld immer eine kleine Markt- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt werden. Auch wenn direktes „Abkupfern“ tabu ist, wird man vielleicht bei seinen Konkurrenten die eine oder andere Anregung finden können.

<eventuell ein Beispiel für einen Navigationsbaum einfügen>

Der dritte Schritt sollte wirklich erst dann erfolgen, wenn diese Vorarbeiten abgeschlossen sind, denn ab jetzt werden Änderungen relativ aufwändig. Nun beginnt die Erstellung des Screendesigns. Screendesign steht für die grafische Gestaltung der Website. In der Regel erfolgt dies in einer dafür konzipierten Anwendung wie z.B. dem Adobe Photoshop. Höchste Priorität hat die sofortige Wiedererkennung des Unternehmens auch im Internet. Dies ist mit einem ausgefeilten Screendesign sicherzustellen. Bestehen Corporate Identity (CI)Vorgaben, sind diese unbedingt einzuhalten. Jedenfalls sollte das Erscheinungsbild des Unternehmens, welches dem Kunden bereits über Visitenkarten, Geschäftsbriefe, Prospekte, Anzeigen, ... bekannt ist, auch im Internet beibehalten werden.

Die professionelle Erstellung eines individuellen Screendesigns ist wichtig, um sich aus der Masse positiv abzuheben, um überhaupt Beachtung zu finden. Diese Anforderungen können mit Standarddesigns oder fertigen Templates in der Regel nicht erfüllt werden. Weiterhin sollte die prinzipielle Aufteilung einer Seite berücksichtigt werden. Benutzer suchen intuitiv im linken bzw. oberen (visuellen) Wahrnehmungsbereich nach der Navigation. Es bestehen unterbewusste Vorstellungen wie ein Link aussieht, bzw. wie man zurück zur Startseite kommt. Je schwieriger die Bedienbarkeit ist, desto schneller wird der Surfer die Seite wieder verlassen.

Für den vierten Schritt, die technische Umsetzung und Pflege der Website, bieten sich Content-Management-Systeme an. Diese erlauben es, die Website äußerst zeitsparend zu realisieren. Sie stellen zusätzlich eine Vielzahl interessanter Funktionen bereit. Beispiele hierfür sind Suchfunktion, Online Formulare, Seiteninhalt drucken, Seite weiterempfehlen, .... Diese Möglichkeiten wären ohne

Content-Management-System in der Regel nur mit hohem Aufwand und zusätzlichen Kosten zu realisieren.

Content-Management-Systeme sorgen technisch für die Trennung von Design, Struktur und Inhalt, was eine sehr einfache Pflege und Erweiterung der Website ermöglicht. Die Bedienung ist vergleichbar einfach wie das Schreiben in der bekannten Textverarbeitung Word. Zum Aktualisieren einer Telefonnummer oder zum Anlegen einer neuen Seite muss kein externer Dienstleister eingeschaltet werden, sondern diese Aufgaben können aktuell vom Unternehmen selbst vorgenommen werden.

Wird die Website professionell erstellt, sind bereits die Grundlagen für eine gute Positionierung in der Suchmaschine Google geschaffen. Dieser Aspekt sollte nicht unterschätzt werden, da ein Großteil der Benutzer ihre Anfrage im Internet bei Google starten. Google leitet kostenfrei interessierte Benutzer auf Suchmaschinen optimierte Websites. Somit entstehen qualifizierte Kundenkontakte.

Als fünfter Schritt ist der Einsatz von Controlling Tools (z.B. Google Analytics, eTracker,...) zu empfehlen. Damit lassen sich Zugriffsquellen und Besucheraktivitäten auf der Website im Detail auswerten und wertvolle Rückschlüsse für die weitere Optimierung der Website gewinnen. Erfüllen die Besucherzahlen nicht die Erwartungen oder ist ein schnelleres Wachstum gewünscht, kann hier zielgerichtet über verschiedene Online-Marketing Maßnahmen eingegriffen werden.

Das Projekt „neue Website“ lässt sich durchaus auch unternehmensintern durchführen. Zwingende Voraussetzung sind jedoch Mitarbeiter mit Kompetenzen in den entsprechenden Bereichen und ausreichend zeitliche Ressourcen neben ihrem Tagesgeschäft. Alternativ hierzu steht in der Stadt und im Landkreis Hof ein breites Spektrum an professionellen Dienstleistern zur Auswahl. Selbstverständlich berät Sie das IGZ Innovations- und Gründerzentrum Hof gerne.

#### Über den Autor

Michael Bitzinger ist Diplom Wirtschaftsinformatiker (FH) und leitet die bitzinger GmbH, ein IT-Dienstleistungsunternehmen mit den Schwerpunkten Beratung, Internet-Auftritte, E-Commerce und Online-Vermarktung.