

So gelingt die Website-Gestaltung!

Rund zwei Drittel der Reisen werden am Counter gebucht, trotzdem muss ein guter Internetauftritt her! Wir sagen Dir, was eine gute Website ausmacht – und welche Vorteile individuelle und vorgefertigte Lösungen bieten. » **Martina Dannheimer**

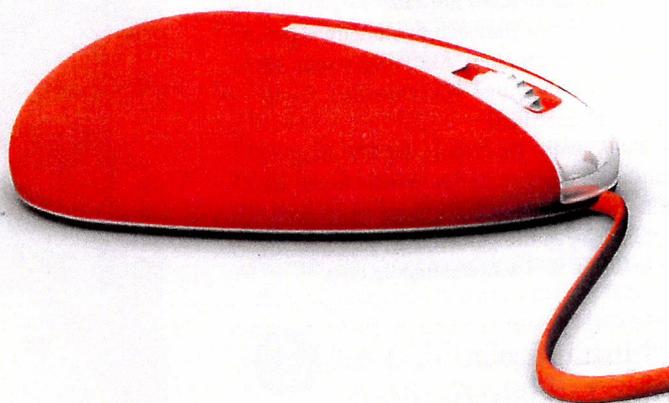
Jeder dritte Kunde geht bei einer schlechten Website verloren, jeder vierte hält Unternehmen ohne Internetseite für unprofessionell – das sind Ergebnisse einer Umfrage des Marktforschungsinstituts GfK. Doch was macht eine gute Website überhaupt aus? „Eine Website muss funktionieren und die Zielgruppe zum Ziel führen“, sagt Matthias Nebelung, Inhaber der Webagentur Enbit aus Überlingen am Bodensee. Die Internetseite eines Reisebüros sollte also nicht bloß Sehnsucht nach Urlaub wecken, etwa durch emotionale Bilder, sondern den Besucher mit möglichst vielen Informationen rund um den Urlaub versorgen. Ganz wichtig sei zudem, dass die Seite aktuell ist. Veraltete Informationen motivieren den Besucher kaum zum erneuten Besuch.

Auffindbarkeit im Netz ist wichtig

Da langes Suchen ebenfalls abschreckt, ist eine gute Nutzerführung gefragt. Als „No Go“ bezeichnet Matthias Nebelung hingegen Intro- und Willkommenseiten. Und: Aufdringliche Werbung vergrault nicht bloß die Besucher, sondern lenkt zudem vom eigentlichen Inhalt ab.

Was mittlerweile von großer Bedeutung sei: Die Website müsse mobilfähig sein. „Fast 30 Prozent aller Seitenaufrufe in Europa erfolgen inzwischen von einem Smartphone oder Tablet aus“, erklärt Nebelung. „Funktioniert die Seite auf mobilen Geräten nicht, sind die Besucher weg“, so der Web-Experte.

FOTO: (M) SHUTTERSTOCK

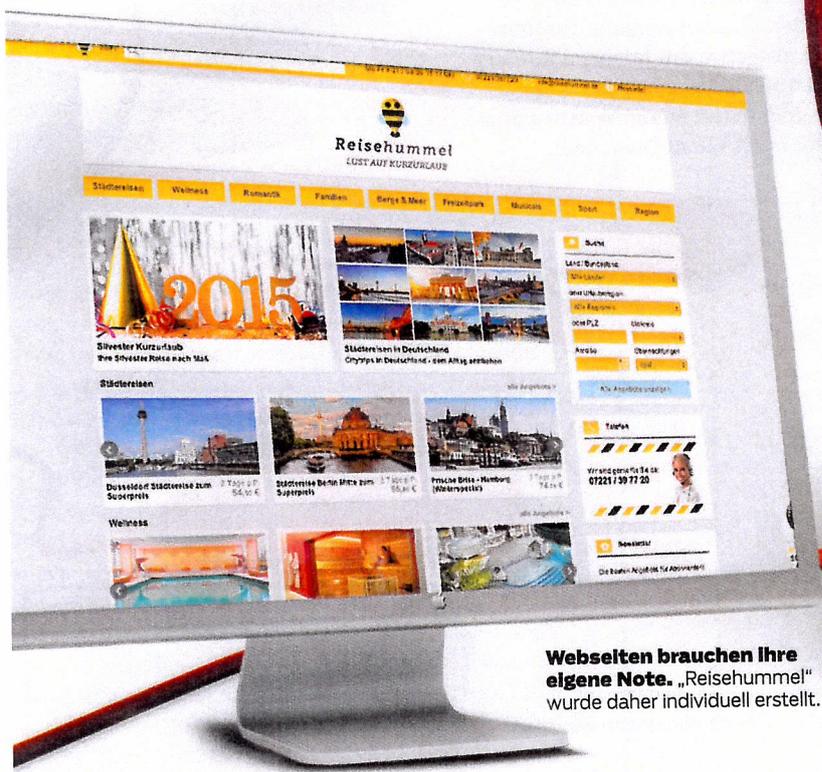


Dennoch: Die Zufriedenheit der Besucher sei das eine, aber genauso sollte eine Website suchmaschinen-tauglich sein. So mögen Google und Co leicht erfassbare, gegliederte Texte, die idealerweise auf der Website untereinander verlinkt sind. Bei der Sprache sind weder Schachtelsätze noch Worthülsen gefragt. Weiter warnt Nebelung davor, Texte mehrfach zu verwenden oder gar aus anderen Quellen zu kopieren: Denn wer Inhalte doppelt veröffentlicht („Duplicate Content“), könnte von Google abgestraft werden.

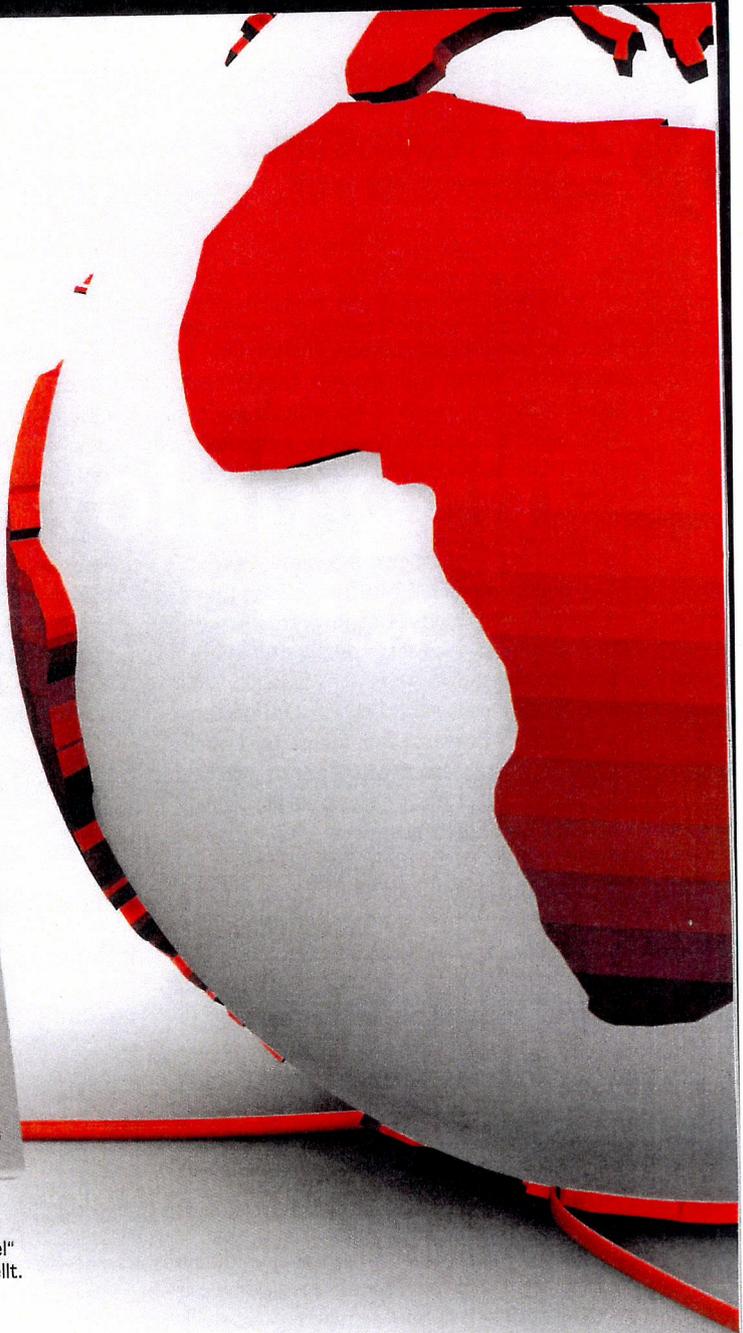
Eigenprogrammierung oder standardisierter Lösung: Wer auf eine ganz individuelle Internetseite setzt, kann den Webauftritt ganz nach seinen Bedürfnissen und Zielen ausrichten und schnell auf Marktänderun-

gen reagieren. Allerdings braucht der Betreiber technisches Know-how – oder die Unterstützung einer Web-Agentur.

Ihren Internetauftritt wollte ebenfalls Nina Bransch, Chefin des Online-Reisebots Reisehummel, „ganz individuell“ gestalten. Vor dem Relaunch der Seite (www.reisehummel.de) im August 2014 gründete sie einen kleinen Arbeitskreis – von der Farbwelt über Schrifttyp und Fotos wurde alles genau durchgeplant. „Man muss tief in die Materie eintauchen“, sagt Bransch, die alle Arbeiten ihres Programmierers nochmals überprüft. „Eigenprogrammierung enthält schließlich auch viele Fehlerquellen“, fügt die Touristikerin hinzu. Sie würde sich aber immer



Webseiten brauchen ihre eigene Note. „Reisehummel“ wurde daher individuell erstellt.



JOB & KOLLEGEN schöner arbeiten

wieder für die individuelle Version entscheiden. Website-Betreibern rät sie, bei allen Schritten die Brille des Endkunden aufzusetzen. „Am besten lässt man die Seite von Testkunden checken, bevor sie online geht“, so Bransch.

Standardlösungen sparen Zeit

Bei standardisierten Internetseiten gibt es in puncto Technik oder Design wenig Änderungsmöglichkeiten – dafür sind keine Programmierkenntnisse erforderlich. Weitere Pluspunkte: eine schnelle Umsetzung und geringe Kosten. Etwa bietet der Deutsche Reiserings seinen Mitgliedern, wie dem Reisekontor Schmidt (www.reisekontor-schmidt.de), fertig gestaltete Webseiten an. Rund 35 Euro monatlich kostet das Komplettpaket, das neben dem Domainnamen die Gestaltung der Internetseite samt Travel-tainment-Anschluss enthält. Auch hier sei eine persönliche Note möglich – und gefragt.

„Mit Reiseberichten oder Fotos lässt sich die Website individualisieren“, erklärt Andreas Quenstedt, Mitglied der Geschäftsführung des Deutschen Reiserings. Den größten Vorteil vorgefertigter Lösungen sieht er dabei in der Zeitersparnis. Allerdings warnt er vor der Annahme, dass die Webseiten von der Kooperationszentrale in allen Details gepflegt werden. Dies sei Aufgabe des Reisebüros. Wer also etwa mit falschen Kontaktdaten und überalterten Reiseberichten schludert, müsse mit einem Wettbewerbsnachteil rechnen, meint Quenstedt.



» Experten-Tipps

Website-Wissen im Überblick

Ihr wollt eine Internetseite erstellen oder eure bestehende überarbeiten? Gemeinsam mit dem Experten **Matthias Nebelung** von der Webagentur Enbit aus Überlingen haben wir einen Überblick mit den wichtigsten Tipps erstellt.



Aktuell

Spannende Berichte sind nur wertvoll, wenn sie up to date sind. Internetseiten, die längst vergangene Veranstaltungen ankündigen, inspirieren hingegen kaum zum Weiterklicken. Veraltete oder falsche Kontaktdaten sind zudem ein No Go.

Barrierefrei

Auch blinde oder körperlich gehandicapte Kunden gehen online. Um ihren Bedürfnissen gerecht zu werden, sollte die Website barrierefrei sein. Moderne Technik wie ein Screenreader oder eine Bildschirmlupe macht dies möglich.

Benutzerfreundlich

Nach wenigen Klicks zur gewünschten Information: Wird der Nutzer hingegen nicht

fündig, wechselt er zu anderen Seiten. Suchfelder, Filter und eine übersichtliche Navigation sind daher ein Muss. Wichtig auch: kurze Ladezeiten! Außerdem sollte eure Website mit allen gängigen Browsern wie Safari oder Firefox funktionieren.

Emotional

Information ist das eine, doch der Internetauftritt sollte eure Kunden auch begeistern: für Andalusien-Urlaub, das frisch renovierte Clubhotel, die neue Kreuzfahrt-Route. Emotionen wecken Fotos, Videos, Reiseberichte.

Informativ

Internetnutzer lieben kurze, dennoch informative Texte. Dabei unbedingt auf Rechtschreibung und Grammatik achten und die Sprache der Zielgruppe „sprechen“. Wer-

bung und überladene, blinkende Seiten lenken hingegen vom Wesentlichen ab.

Mobilfähig

Fast ein Drittel der Internetaufrufe erfolgt via Smartphone und Tablet – die Website muss mobilfähig sein: Auch auf kleineren Displays ist sie übersichtlich, Fotos öffnen sich ohne lange Ladezeiten, die Auflösung ist optimal.

Suchmaschinenoptimiert

Für das Google-Ranking sollten die Texte verständlich und strukturiert sein. Eine große Rolle spielen Keywords: Wörter, nach denen Nutzer suchen. Infos dazu gibt's bei Google Trends. Wichtig sind auch Backlinks: Seiten, die auf eure Seite verlinken. Fragt doch eure Kooperationspartner nach einer Verknüpfung! Aber: Finger weg vom Backlink-Kauf!