



Whitepaper Webseite

10 Merkmale, an denen Sie erkennen, dass Ihre Webseite veraltet ist

Das Internet verändert sich jedes Jahr so rasant wie kein anderes Medium. Die digitale Medienrevolution hat sowohl Alltag, Arbeit, Kommunikation und Handel maßgeblich beeinflusst – und ein Ende ist nicht in Sicht. Webseiten sind für Unternehmen mittlerweile mehr als nur eine virtuelle Visitenkarte: Weltweit und innerhalb von Sekunden abrufbar, bieten sie essentielle Informationen für den Nutzer.

Um der Vielfalt der Reizüberflutung etwas entgegensetzen zu können, sind ein guter Aufbau und optimiertes Design für eine Webseite wichtiger denn je. Durch die rasante Entwicklung kann es allerdings vorkommen, dass Standards von gestern bereits wieder veraltet sind. Der Zeitgeist geht mit den Trends und früher bewährte Techniken können heute unprofessionell und altmodisch wirken: Verpixelte Bilder, eine verschachtelte Navigation, überholte Schriften und Flash-Intros sind nur wenige Beispiele.

Damit Sie erkennen, ob Ihre Webseite eine Aktualisierung brauchen könnte, haben wir für Sie die zehn wichtigsten No-Gos zusammengefasst. Auch wenn Webseiten stets individuelle Werke sind und je nach Unternehmen in ihren Maßnahmen und Elementen variieren, können diese Merkmale eine solide Grundlage für Ihren zeitgemäßen und modernen Internetauftritt definieren.

1 Die Ablenkung: Unnötige Pop-Ups

Manche Unternehmen finanzieren sich dadurch, dass sie auf Ihrer Webseite Werbung zulassen. Gemeint sind plötzlich auftauchende Pop-Ups, die erst einmal weggeklickt werden müssen – oder sich vielleicht sogar in neuen Fenstern oder Tabs öffnen, was besonders mobil einige Nerven kostet. Manche nutzen Pop-Ups auch, um auf Aktionen oder den Newsletter aufmerksam zu machen. Da der heutige Nutzer aber so wenig Zeit wie möglich verschwenden will, um an gesuchte Informationen zu gelangen, sind solch aufdringliche Methoden eher fehl am Platz. Sie verursacht unnötige Klicks und kann besonders mobil auf dem Smartphone sehr lästig sein.

„Die digitale Medienrevolution hat sowohl Alltag, Arbeit, Kommunikation und Handel maßgeblich beeinflusst – und ein Ende ist nicht in Sicht.“

2 Die Benutzerfreundlichkeit: Unübersichtlich und verwirrend

Die geringe Aufmerksamkeitsspanne des Besuchers lässt sich auch auf den Aufbau der Webseite anwenden. Damit die Intention Ihres Unternehmens sofort den Nutzer erreicht, sollte Ihre Seite eine klare und präzise Struktur haben. Es sollten sich keine Inhalte wiederholen und die Bedienung möglichst leicht fallen. Versuchen Sie, Ihre Webseite aus dem Blickwinkel eines unabhängigen Internetnutzers zu betrachten und zu erkennen, welche Elemente redundant sind.

Oft gestaltet sich die Navigation zu umfangreich und verwirrt mehr, als dass sie zur Orientierung dient. Hier kann die „breadcrumb navigation“ (Brotkrümelnavigation) grafisch unterstützen. Diese zeigt dem Nutzer an, in welcher Verzweigung der Kategorien er sich gerade befindet.

3 Das Webdesign: Die Kunst der Gestaltung

Ein gutes Design kann mehr als tausend Worte über Ihr Unternehmen sagen. Wenn es wirkt, als sei es aus den 90ern, wird der Besucher vermutlich auch damit rechnen, dass Ihre Firma etwas altmodisch ist. Veraltete Designs erkennt man beispielsweise an grauer Farbgebung, verschachtelten Tabellen, fehlender Zentrierung oder älteren Standardschriftarten wie Times New Roman und Comic Sans.

Wenn interaktive Elemente oder Grafiken gänzlich fehlen, kann das ebenso ein Indikator sein. Bilder, Icons und Animationen sind mittlerweile ein bedeutsames Mittel zur Unterstützung des Contents und sollten auch für diesen Zweck genutzt werden. Aber Vorsicht: Unscharfe, verzerrte oder falsch positionierte Elemente stören den Textfluss eher, als ihn zu verdeutlichen.

4 Die Flash-Inhalte: Fehlerhafte Anzeige

Flash-Animationen waren mal schick, sind heutzutage jedoch nur störend und überflüssig. Sie sind mit iPhone und iPad nicht kompatibel und Adobe hat sogar offiziell die Weiterentwicklung eingestellt. Dadurch gibt es oft Fehlermeldungen, die man eigentlich vermeiden könnte. Außerdem lassen sie Ihre Webseite langsamer laden. Besonders frustrierend sind Flash-Inhalte, die den Besucher plötzlich mit lauter Musik erschrecken, wenn dieser den Lautsprecher hochgedreht hat. Lassen Sie daher die Finger davon!



„Der Zeitgeist geht mit den Trends und früher bewährte Techniken können heute unprofessionell und altmodisch wirken.“

5 Die Verlinkung: Sprechende URLs statt Zeilenfressern

Weiterführende Links gliedern sich im Optimalfall nahtlos in den Text ein. Sogenannte sprechende URLs verbrauchen weniger Platz und sind selbsterklärend, da sie aus nur Worten statt undefinierbaren Zahlen und Buchstaben bestehen. Ein Beispiel: <http://beispiel-sprechende-url-webseite-erstellen.de> statt <http://dasisteinbeispiel.de/index.php?id=14>. Für den Besucher ist diese Art der Verlinkung um einiges angenehmer, da es den Lesefluss nicht so sehr unterbricht. Sprechende URLs enthalten Keywords, die der Suchmaschinenoptimierung dienen.

6 Das Copyright: Veraltet im Fußbereich

Wer noch manuell das Copyright im unteren Bereich der Webseite einsetzt, vergisst häufig, das Datum zu aktualisieren. So kann es sein, dass im Jahr 2017 immer noch „© 2002-2009 Max Müller“ zu sehen ist. Mit einer Programmiersprache wie PHP lässt es sich jedoch beispielsweise so einstellen, dass sich das Datum automatisch von selbst umstellt.



7 Die Ladezeit: Das Wartezimmer lässt grüßen

Heute sind die Internetverbindungen schneller denn je. Dennoch gibt es immer noch Unterschiede in den Ladezeiten der Webseiten. Wenn das Öffnen Ihrer Webseite ungewöhnlich lange dauert, dann sollten Sie einen Blick auf die Anzahl und Art ihrer Elemente werfen – oft sind es unkomprimierte Bilder, Animationen oder Videos, welche die zusätzlichen Sekunden ausmachen. Aber auch umständlicher Code und Javascript-Dateien können Ihnen das Leben schwer machen. Viele Webseiten arbeiten deshalb mittlerweile mit einem Caching Plugin, welcher die Seite temporär zwischenspeichert und sie dadurch schneller laden kann.

8 Der Kontakt: Fehlendes Formular und Social Media

Die Kontaktdaten sind eine der wichtigsten Informationen auf Ihrer Webseite. In der heutigen Zeit sollten diese allerdings nicht nur aus Anschrift und Telefonnummer bestehen. Viele Unternehmen bevorzugen ein praktisches Kontaktformular, das idealerweise bereits auf der Startseite verlinkt ist. Auf diese Weise kann der Besucher direkt mit Ihnen kommunizieren, anstatt noch einmal umständlich das Mail-Postfach öffnen zu müssen. Die weltweite Vernetzung hat zudem den Trend zu Social Media gestärkt. Aus diesem Grund empfehlen wir, interaktive Icons zu den gängigsten Kanälen (beispielsweise Facebook, Twitter und YouTube) direkt auf Ihrer Webseite einzubetten.

9 Die Suchmaschinen: Unterdurchschnittliches Ranking bei Google

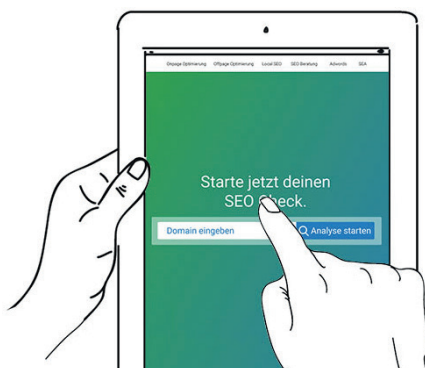
Eine Webseite kann noch so gut durchdacht sein – wenn niemand sie sieht, bringt sie Ihrem Unternehmen nichts. Damit die Nutzer Sie besser online finden, sollten Sie immer darauf achten, Ihre Webseite suchmaschinenkonform zu gestalten. Dazu gehört beispielsweise das gezielte Einsetzen von Keywords, Beschriften von Grafiken und Backlinks von anderen Webseiten. Falls Ihre Seite bei Google sehr weit unten steht, empfehlen wir eine fachliche Beratung von Experten zur Suchmaschinenoptimierung.

10 Die Endgeräte: Nicht fürs Smartphone optimiert

Ebenso wie das Potential des Internets sich immer weiter ausschöpft, geht der Trend hin zu mobilem Traffic. Das heißt, dass inzwischen fast mehr Menschen das Smartphone als den Desktop-Computer für Internetbesuche nutzen. Es kann daher den Besuch Ihrer Webseite unnötig erschweren, wenn diese nicht für kleine Bildschirme optimiert ist. Wenn das der Fall ist, werden die Texte und Navigation viel zu klein angezeigt und können kaum noch gelesen werden. Auch das Anklicken wird viel umständlicher. Damit Sie dadurch keine potentiellen Kunden vergraulen, sollten sich Texte und Bilder an verschiedene Endgeräte und Bildschirme anpassen können.

Fazit

Es gibt noch weitere, viele kleine Ärgernisse im Webdesign, doch hiermit sind die wichtigsten Punkte abgedeckt. Wenn Sie sich ein modernes Webdesign wünschen, zögern Sie nicht, sich ausreichend über die aktuellen Trends zu informieren und die dargelegten Punkte zu vermeiden. Ein gelungener Internetauftritt zeigt, dass Ihr Unternehmen dem Zeitgeist folgt und flexibel und dynamisch in die Zukunft sieht.



Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Eine aktuelle Webseite fördert die
Customer Journey.

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150
oder per E-Mail an ✉ info@agentur-anmut.de