

Checkliste: Der erste Eindruck (I)

Natürlich wollen Sie mit Ihrem Online-Auftritt neue Interessenten auf sich aufmerksam machen. Dabei kommt dem berühmten „ersten Eindruck“ eine wichtige Bedeutung zu. Daher sollten Sie Ihre Startseite daraufhin überprüfen, wie sie auf neue Besucher wirkt. Vergessen Sie nicht: Ganz wie bei der ersten Verabredung ist es wichtig, sich von der besten Seite zu präsentieren und das Gegenüber ernst zu nehmen!

Hier nun eine kleine Checkliste, die Sie einmal für Ihre Homepage abarbeiten sollten. Machen Sie den Test nicht alleine – und schon gar nicht von Ihrem Schreibtisch aus. Am Besten gehen Sie zu einem guten Bekannten, der sich per Modem oder höchstens per ISDN-Leitung ins Internet einwählt. Besprechen Sie die Ergebnisse mit ihm. Oder noch besser: schauen Sie ihm über die Schulter, wie er den Test durchführt!

- Wählen Sie sich per Modem ins Internet ein. Starten Sie den Standard-Webbrowser. Geben Sie Ihre URL ein. Und stoppen Sie die Zeit, bis sich die Seite ganz aufgebaut hat!
Waren es weniger als 10 Sekunden? Super! Mehr als zwanzig? Dann haben Sie sicher bemerkt, wie Sie selbst unruhig wurden! Wie lange hat es gedauert, bis man die ersten Texte lesen konnte?
- Schalten Sie alle Erweiterungen wie JavaScript, Java, ActiveX, Cookie-Übermittlung und sogar die Anzeige von Grafiken testweise im Browser aus. Egal, was Ihnen Ihre Agentur oder Ihre Mitarbeiter erzählen ... tun Sie es und stellen Sie fest, ob Ihre Homepage noch nützlich und funktionsfähig bleibt!
Hier kann man rasch sein blaues Wunder erleben. Wenn Menüs nicht funktionieren, sobald JavaScript abgeschaltet wird, und wenn Cookies verwendet werden ohne dass über ihren Sinn aufgeklärt wird, dann vergraulen Sie unnötigerweise einen Teil Ihrer Besucher.
- Schalten Sie alles wieder ein. Testen Sie nun Ihre Homepage bei verschiedenen Bildschirmauflösungen: 800x600, 1024x768, 1280x1024, evtl. auch noch höher. Bleibt der Gesamteindruck erhalten?
Es gibt sogar noch einige Nutzer, die die VGA-Standardauflösung 640x480 verwenden. Wenn man bei geringen Auflösungen ständig horizontal scrollen muss, so ist das extrem störend. Aber auch, wenn bei hohen Auflösungen der meiste Platz für Ränder links und rechts verwendet wird, ist der erste Eindruck nicht besonders positiv.
- Kommen wir nun zu den Inhalten. Betrachten Sie ausschließlich die allererste Seite (wenn Sie ein Flash-Intro verwenden die Startseite des Intros)! Was sagt diese Seite über Sie und Ihr Unternehmen aus? Welche Anreize verspricht die Seite? Bitten Sie Ihren Bekannten, sich die Seite kurz anzuschauen und fragen Sie ihn nach seinem Eindruck. Schließen Sie dann den Browser und stellen Sie ihm die beiden o.g. Fragen. Entspricht seine Antwort Ihrer Erwartung?
Leider werden viele Websites aus Sicht der Unternehmen gestaltet, nicht der Kunden. Dann wirkt eine Startseite rasch uninteressant und wenig verheißungsvoll. Warum aber sollte ein zufällig vorbeischauder Interessent dann viel Zeit auf Ihren Seiten verbringen?
- Lesen Sie den ersten Satz auf Ihrer Website. Ist er interessant, macht Lust auf mehr?
Die geflügte Weisheit „Schreibe den ersten Satz immer so, dass man auch den zweiten lesen will“ gilt auch und gerade im Internet!
- Wirkt Ihre Startseite persönlich, aktuell, übersichtlich und informativ?
Herausreden gilt nicht! Wenn sich diese Aspekte nicht schon auf Ihrer Startseite niederschlagen, dann werden die Besucher desgleichen auch nicht für die Folgeseiten erwarten!
- Fordern Sie Ihre Besucher auf der Startseite gleich zum Miteinander auf? Behandeln Sie sie wie Partner?
Nicht selten gewinnt man als Besucher den Eindruck, hier nur ein lästiges Übel zu sein. Kaum jemals wird honoriert, dass die Besucher ja Zeit und Geld aufwenden, um das Online-Angebot aufzusuchen.

(Quelle: Schulungsunterlagen M. Stolpmann, K. Matejcek)