

**HIER LESEN SIE...**

- Welche Fehler Website-Betreiber am häufigsten machen.
- Wie ein erfolgreicher Webauftritt aussieht.
- Wie Sie Ihre eigene Webseite testen.

rende Mängel auf. Unverzeihliche Mankos, denn der Besucher sollte jederzeit wissen, wo er sich gerade befindet.

Auch in punkto Barrierefreiheit und Zugänglichkeit liegt noch einiges im Argen. Auf 68,2 Prozent aller Seiten lässt sich die Schrift nicht vergrössern. Sehbehinderte und ältere Besucher, die über ein beträchtliches Kaufkraftpotenzial verfügen, bleiben dadurch von der Informationswelt Internet ausgeschlossen. 86,5 Prozent bieten keine Möglichkeit, Navigationsgruppen zu überspringen. Da muss man sich dann mühsam durchklicken.

**Suchmaschinen-Optimierung**

Für eine wirksame Suchmaschinen-Optimierung sind ausserdem kurze, einfache URLs von Vorteil. Auch auf aussagekräftige Seitentitel sollten Webmaster ein Auge haben. In regelmässigen Abständen schicken Suchmaschinen wie Google ihre Software-Robots durchs Web, um neue oder veränderte Webseiten zu kategorisieren und in ihren Datenbanken abzuspeichern. Unternehmen, die dort im falschen Topf landen, werden später von potenziellen Kunden schwerer gefunden. Ein virtueller Standortnachteil, der sich leicht vermeiden lässt.

In Sachen technischer Qualität gehört mittlerweile XHTML-valider Quelltext zum Standard. Immerhin 65,8 Prozent patzen an dieser Stelle. Auch Tabellen zum Seitenaufbau zu verwenden, ist nicht mehr zeitgemäss. Frames, Pop-Ups und sogenannte Leerbilder als Layout-Krücke gehören in die Mottenkiste. Webdesigner sollten auf eine logische, konsistente Struktur mit einer stimmigen Überschriften-Systematik achten. Verfügbarkeit rund um die Uhr und

eine zufriedenstellende Performance bei Aufruf und Seitenaufbau sind eine Selbstverständlichkeit. Denn im Web ist die Konkurrenz immer nur einen Mausklick weit entfernt.

Für Onlineshops gilt zudem die Grundregel: In jedem Kunden steckt ein Schnäppchenjäger. Je preiswerter ein Produkt ist, desto häufiger wird es verkauft. Onlineshops verursachen weniger Personal- und Vertriebskosten, was bei der Preisgestaltung breitere Spielräume eröffnet. Marketingtechnisch können plakative Hinweise wie «Offizielle Website», «Neu erschienen» und «Jetzt herunterladen» eine gewisse Magnetwirkung entfalten. Schaltflächen wie «Jetzt kaufen» sollten dabei nie unterhalb des Seitenumbruchs platziert werden.

**Designvarianten vergleichen**

Gegenüberstellende Tests (A/B-Tests), bei denen zwei etwa in Preisgestaltung, Werbehalt, Angebot, Rabattierung oder Seitenaufbau differierenden Designvarianten online gestellt werden, helfen, experimentell die optimale Website zu ermitteln. Dabei hat der Nutzer das letzte Wort. Nuance, ein führender Anbieter von Sprach-

und Bildbearbeitungslösungen, hat auf diesem Weg die optimale Webpräsenz gefunden.

Im ersten Versuch stellte Nuance seinem favorisierten Websitedesign eine alternative Designvariante gegenüber, die zusätzlich ein auffälliges farbiges Grafikelement enthielt. Das Element betonte einen Produktvorteil und löste per Mausklick eine Aktion aus. Zusätzlich ersetzte ein One-Click-Kauf-Button die alte, umständliche Kaufoption. Nuance lenkte nun eine Hälfte seiner Besucher auf die alte und die andere auf die neu gestaltete Seite. Das Ergebnis: Das neue Design generierte 20 Prozent mehr Umsatz.

Angespornt durch diesen Erfolg führte Nuance einen weiteren A/B-Test durch. In einer dritten Designvariante wurde die Produktpräsentation um eine Auszeichnung ergänzt und die Navigation durch produktspezifische Links weiter vereinfacht. Auch dieser Test brachte aussagekräftige Ergebnisse: Das abermals modifizierte Seitendesign generierte einen um 50 Prozent höheren Umsatz als die schon verbesserte zweite Designvariante. Nuance hat so durch A/B-Tests seine Verkaufszahlen in kurzer Zeit deutlich gesteigert. ■

The screenshot shows the KUONI website. The navigation menu on the left includes: Home, Ananea, Boutique Hotels, Clubferien Aldiana, Casino, Deluxe, Design, Discovery World, Golf, Gruppenreisen, Hochzeitsreisen, Kids & Familien, Sportreisen, Städtereisen, Wellness / Wellbeing, Umweltbewusste Ferien, INTERNET TRAVELSHOP, Reservates, Newsletter, Katalogbestellung, and Online Shop. The main content area features a search bar, a list of club holiday options, and a map of the region.

**Gut:** Der Besucher weiss stets wo er sich befindet und auf welchen Webseiten er bereits gewesen ist.

**ONLINE-TEST****Testen Sie kostenlos Ihre eigene Webpräsenz**

Schlechte Websites sind wie ein löcheriger Schlauch, aus dem tröpfchenweise Kunden zur Konkurrenz abfliessen. Stopfen Sie die Online-Löcher. Der vom E-Commerce-Spezialisten seven49.net entwickelte «Qualidator» (Quality Validator) klopft mithilfe von etwa 70 Einzeltests ihre Webpräsenz auf Schwächen ab und präsentiert einen Ergebnisbericht. Das nützliche Werkzeug steht zur kostenlosen Benutzung auf [www.qualidator.com/wqm](http://www.qualidator.com/wqm).

The screenshot shows a map application with a route from Würzburg to Bamberg. A large, oversized pop-up window is overlaid on the map, making it difficult to see the route details. The pop-up contains text about the route and a button to 'Close'.

**Schlecht:** Der vergrösserte Anfahrtsplan ist über ein Pop-Up gelöst und lässt sich nicht ausdrucken.