

Vorwort

Wir sind es leid. Jeden Tag sehen wir schlechte Websites. Manche davon sind optisch hässlich, manche technisch veraltet. Aber es gibt auch genauso viele sehr schöne, doch leider trotzdem schlechte und wertlose Websites. Wieso? Weil sie nicht das erfüllen, was sie erfüllen sollen – sie sind keine erfolgreichen Websites, die als zentraler Anlaufpunkt einem ebenso erfolgreichen Online-Marketing dienen.

Eine Website zu erstellen ist kein Hexenwerk – das hören wir selbst nach über 15 Jahren Agenturarbeit bei mindshape immer noch. Da gibt es doch unzählige Anbieter, die Website-Baukästen samt Designvorlagen bereitstellen, mit denen jeder – ganz ohne Programmierkenntnisse – seine Website selbst zusammenklicken kann. Doch eine schöne und technisch funktionierende Website zu haben, ist bei Weitem nicht gleichbedeutend damit, eine *erfolgreiche* Website zu haben.

Eine Website ist der virtuelle Stellvertreter eines Unternehmens, einer Organisation, eines Vereins oder einzelner Personen. Sie ist Vertriebler, Verkäufer und Aushängeschild in einem. Das erkennen glücklicherweise mehr und mehr Website-Betreiber und bemühen sich, ihre Websites zu relaunchen. Dabei soll oftmals mit einem Radikalschnitt alles anders und besser werden – erfolgreicher, schneller, mehr Anfragen und mehr Verkäufe. Viel Zeit, Mühe und Geld wird investiert, und am Ende bleibt der erhoffte Sprung nach vorne dann doch aus. Woran liegt das?

Wir haben in den letzten Jahren unzählige Launch- und Relaunch-Projekte begleitet und durchgeführt. Viele Relaunches sollten wir auch »retten« oder unveröffentlichte Relaunches gar komplett neu denken. Dabei haben wir immer wieder eins festgestellt: Eine funktionierende und erfolgreiche Website benötigt eine solide Konzeption und eine klare Nutzerzentrierung. Diese beiden Aspekte fehlen meistens – ob beabsichtigt aus Budgetgründen oder unbeabsichtigt aus Unkenntnis. Fehlen sie, ist ein Relaunch-Projekt schon von Beginn an zum Scheitern verurteilt. Design und Technik sind dabei nicht der Fokus, sie sind nachgelagerte Teilaspekte im gesamten Puzzle.

Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, dieses Buch zu schreiben. Es soll das vermitteln, was unserer Meinung nach am meisten fehlt und was es in dieser konzentrierten und praktisch aufbereiteten Form auch noch nicht gibt: solides und brauchbares Hintergrundwissen, kombiniert mit den Schritten, mit denen Sie eine gute und erfolgreiche Website konzeptionieren und umsetzen können. Der Schlüssel zu einer guten Website, die auf die Zielgruppe zugeschnitten ist, liegt banalerweise darin, die Zielgruppe zunächst überhaupt beschreiben zu können und sie damit gleichzeitig zu verstehen. Welche Bedürfnisse haben meine potenziellen Besucher und Interessenten? Das ist die zentrale Frage – und nicht etwa, welche Produkte oder Dienstleistungen man seinen Besuchern regelrecht aufdrücken möchte. Dabei geht es sehr sub-

stanziiell darum, wie Menschen eine Website wahrnehmen und was das in der Konsequenz für die Struktur, die Gliederung der Website und das Design bedeutet. Ihre Website als Ihr Stellvertreter hat genau 50 Millisekunden Zeit, Besucher davon zu überzeugen, nicht gleich wieder zu gehen. Das ist nicht viel Zeit, und deswegen sollte hier auch wirklich alles stimmen. Was genau »alles« ist, erfahren Sie in diesem Buch.

Mit diesem Buch möchten wir – wie auch mit unserer täglichen Agenturarbeit – das Internet ein Stückchen besser machen. Wir haben es daher nicht wie einen klassischen Ratgeber ausgearbeitet. Sie finden hier nicht nur Kochrezepte. Stattdessen bieten wir Ihnen einen wertvollen Unterbau aus Psychologie und Theorie, den wir dann in anschaulichen Praxisbeispielen und nützlichen Dos und Don'ts zum Leben erwecken. Es geht uns darum – und nur so funktioniert es –, dass Sie verstehen, *warum* bestimmte Dinge in der Konzeption so und nicht anders sinnvoll sind. Nur mit diesem fundierten Hintergrundwissen, mit dem Sie verschiedene Ansätze jeweils abwägen und bessere Konzeptionsentscheidungen treffen können, werden Sie wirklich erfolgreiche Websites erstellen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen sowie Spaß und Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Website-Projekte. Schreiben Sie uns gern, wir sind gespannt auf Ihr Feedback und Ihre Fragen.

Sebastian Erlhofer und Dorothea Brenner

Köln 2019