

Stand: Februar 2020



Das Extra zum Artikel „Hier wimmelt's von Details“ (impulse 03/2020)

CHECKLISTE: Ist Ihre Webseite nutzerfreundlich?

Eine schlecht gemachte Homepage kann dazu führen, dass Besucher schnell wieder weg sind und die Chance auf einen Geschäftskontakt dahin ist. Mit diesen Fragen können Sie überprüfen, wie nutzerfreundlich Ihre eigene Webseite ist

Die eigene Webseite gehört zu den wichtigsten Aushängeschildern eines Unternehmens. Wer eine Firma beauftragen will, sieht sich dort vorher um. Spricht eine Homepage einen Besucher nicht an oder irritiert ihn sogar, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass er die Seite schnell wieder verlässt – und sich einen anderen Anbieter sucht. Die Chance auf einen Auftrag ist dahin.

Hester Hilbrecht deckt mit ihrer Firma Mermaid Studios gemeinsam mit Testkunden systematisch Schwachstellen von Webseiten auf und unterstützt Unternehmen dabei, ihren Internetauftritt neu zu konzipieren und zu gestalten. Mit diesen Fragen aus Hilbrechts Checkliste können Sie die Nutzerfreundlichkeit Ihrer Webseite überprüfen. Können Sie überall ein „Ja“ setzen, ist Ihre Webseite äußerst nutzerfreundlich. Bei jedem „Nein“ sollten Sie Änderungen in Angriff nehmen.

1. NUTZENVERSPRECHEN

Wird Besuchern durch wenige Worte sofort klar, wofür mein Unternehmen steht?

JA NEIN

Habe ich auf der Startseite ein prägnantes Nutzenversprechen?

Stellt die Webseite dar, welche Vorteile meine Produkte und Dienstleistungen bieten?

→ **Wichtig:** Formulieren Sie hier präzise und verzichten Sie auf Floskeln, die sich auf zahlreichen Webseiten finden, beispielsweise „Wir bieten Ihnen maßgeschneiderte Lösungen“.

Sagen Sie stattdessen besser, welchen Nutzen Kunden durch Ihre Produkte haben. Verkaufen Sie Geschirr an Hotels und Restaurants, könnte ein gutes Nutzenversprechen beispielsweise lauten: „Mit unseren Produkten können Sie Ihre Speisen und Getränke perfekt präsentieren und servieren!“

2. DESIGN UND STRUKTUR

JA NEIN

Passt das Design zu meiner Zielgruppe?

Habe ich ausdrucksstarke, ansprechende Bilder oder Videos auf der Webseite, die transportieren, wofür mein Unternehmen steht?

Ist die Webseite klar strukturiert und übersichtlich?

Springen die wichtigsten Punkte sofort ins Auge?

3. NAVIGATIONSLEISTE

Werden in der Navigationsleiste die wichtigsten Themen sinnvoll gebündelt?

Enthält die Leiste Stichwörter, nach denen Nutzer suchen, um ihr Ziel zu erreichen?

Sind die Menüpunkte so formuliert, dass Nutzern klar ist, was sich dahinter verbirgt?

Sind die wichtigsten Bereiche der Webseite durch die Navigationsleiste von jeder Seite aus erreichbar?

Befindet sich die Navigationsleiste immer an derselben Stelle, auch auf den Unterseiten?

4. INHALTE FINDEN

Kann der Besucher zügig sein Ziel erreichen und schnell und einfach zu weiteren Informationen gelangen?

→ **Testen** Sie es am besten einfach mal mit Bekannten aus, die nach einer bestimmten Information suchen sollen.

Gibt es ein Eingabefeld für eine gezielte Suche nach Stichwörtern?

Gibt es sogenannte Call-to-Action-Buttons, die zu weiterführenden Informationen führen oder zu einer Handlung anregen (z. B.: „Jetzt Kurs buchen“)?

Sind die Buttons an der richtigen Stelle platziert?

→ **Ideal** ist es, wenn sie sich dort befinden, wo der Nutzer tatsächlich mehr Informationen haben will und dazu bereit ist, auf den Button zu klicken.

5. SACKGASSEN

Gibt es Sackgassen auf der Webseite?

→ **Nutzer** sollten auf jeder Seite die Möglichkeit haben, zur vorherigen zurückzukehren.

Ist die Schaltfläche „Zurück“ im Browser aktiviert, damit man auf die vorherige Seite kommt?

IMPULSE MEDIEN

Herausgeber und geschäftsführender

Gesellschafter: Dr. Nikolaus Förster

Assistenz: Carina Ecksmann, Delia Weidmüller

MAGAZIN UND DIGITAL

Chefredakteurin: Nicole Basel

Leitung: Jonas Hetzer (Produktentwicklung, Mitglied der Chefredaktion), Andreas Kurz (Textchef, Mitglied der Chefredaktion), Kathrin Sander (Art Director), Angelika Unger (Online-CvD), Eva Weikert (CvD)

Redaktion: Leonie Albrecht, Jelena Altmann, Myriam Apke, Verena Bast, Lisa Büntemeyer, Heike Burmeister, Julia Müller, Peter Neitzsch, Gesche Peters, Olivia Samnick, Catalina Schröder, Vanessa Thie, Anna Wilke

Akademie: Laura Blindow (Geschäftsleitung), Nicole Basel (Programmleitung), Jana Binias, Elisabeth Dauer

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Nicole Basel

VERLAG

Verlagsleitung: Laura Blindow,
Broder Buch-Winckel (Stv.)

Team: Tobias Auböck, Shanna Braun, Katrin Das, Adrian Hardt, Ina Hemeyer, Monira Mansour (Marketingleitung), Maike Mattauch, Niklas Treugut, Veronica Thüsing, Magdalena Rasmussen

Kundenbetreuung: Andrea Braunger, Natalie Gersch, Adjovi Simon, Katharina Slupina

Anzeigen und Kooperationen: anzeigen@impulse.de
Karina Khrustaleva (Sales Manager), Tel. 040/609 4522-54,
khrustaleva.karina@impulse.de; Merle Aguilar (Sales Manager),
Tel. 040/609 452-254, aguilar.merle@impulse.de
Cathleen Kliche (Campaign and Ad Manager),
040/609 452-224, kliche.cathleen@impulse.de,

Lifestyle-Anzeigen: Wencke von der Heydt,
Inspiring Network GmbH & Co. KG, Hoheluftchaussee 95,
20253 Hamburg, wvd.heydt@inspiring-network.com. 040/6002887-41

Online-Vermarktung: Business Advertising GmbH, Tersteegenstr. 30,
40474 Düsseldorf, Thorsten Dütsch (Sales Director),
0211/179347-40, duetsch@businessad.de; Gerd Bielenberg (Marketing
Director), 0211/179347-45, bielenberg@businessad.de

IMPULSE-NETZWERK

Abos (=Mitgliedschaft im impulse-Netzwerk):

In Deutschland für 299 € im Jahr, monatlich ohne Frist kündbar.
10 Magazine (Doppelausgaben im Juli/Aug. und Dez./Jan.) plus
2 impulse-kompakt-Ausgaben frei Haus samt Digitalausgaben und
Archivzugang. Im Login-Bereich haben Sie Zugriff auf weiterführende
Recherchen, Checklisten und Audiodateien. Firmenbesuche
(impulse.de/netzwerktreffen) sind exklusiv für Mitglieder. Bei
Seminaren erhalten sie 20 %, bei Reisen 300 Euro Rabatt (impulse.de/akademie). Auf Wunsch vermitteln wir zum unternehmerischen
Austausch Kontakte zu anderen Mitgliedern aus der Region.

impulse-Abo im Ausland: Österreich 309 €, Schweiz 339 €.

Weitere Infos auf Anfrage. Bestellen: impulse.de/shop

Melden Sie sich!

Wir freuen uns auf Ihre Zuschriften und Anrufe:

Impulse Medien GmbH
Kundenbetreuung
Hammerbrookstr. 93
20097 Hamburg

Telefon: **040/609 4522-77**

Fax: **040/609 4522-99**

kundenbetreuung@impulse.de



Gern können Sie auch
Leserbriefe schicken:
feedback@impulse.de
Fax: **040/609 4522-99**

So finden Sie uns im Internet

-  impulse.de
impulse.de/ueber-uns
-  impulse.de/shop
-  impulse.de/akademie
-  gesetzeslotse.de
-  kreative-zerstoeer.de
-  facebook.com/impulse
-  instagram.com/impulse.medien
-  twitter.com/impulse_inside
-  impulse.de/youtube
-  impulse.de/xing
-  impulse.de/linkedin
-  impulse.de/browserapp

