

Tipps und Tricks: Homepage-Gestaltung

Vorbereitung und Inhalte

Vor ihrem ersten Besuch im Studio möchte die moderne Kundin zunächst einmal genau wissen, worauf sie sich einlässt. Sie sucht im Internet nach umfassenden Informationen:

- Welche Behandlungen und Produkte bietet das Studio?
- Welches Preisniveau und welche Zusatzservices kann ich dort erwarten?
- Gefällt mir die Atmosphäre?
- Welche Personen betreiben das Studio und welche Kompetenzen bieten sie?
- Wo befindet sich das Studio?
- Passen die Öffnungszeiten?
- Wie kann ich dort einen Termin vereinbaren?

Das sind die primären Fragen, und sie sollten schnell und unkompliziert beantwortet werden. Langes Surfen kostet den Besucher Zeit, Nerven und Geld. Zeit ist heute bekanntlich Geld und nicht jeder Internetnutzer surft auch mit DSL, daher enden umständliche Suchmanöver oft in einem entnervten Abbruch oder dem Klick zum Mitbewerber.

Eine gute Homepage braucht gute Inhalte. Drei, vier Bilder und ein bisschen Text sind nicht ausreichend und werden die Seitenbesucherin wenig begeistern. Stellen Sie mehr Informationen auf Ihrer Website zur Verfügung. Zeigen und beschreiben Sie, was Sie anbieten. Und beschreiben Sie es so, dass die Besucherin Lust darauf bekommt, einen Termin mit Ihnen zu vereinbaren. Vermitteln Sie positive Atmosphäre und fördern Sie den Wunsch nach einer Behandlung in Ihrem Studio. Zeigen Sie Ihre Kompetenz als Fachfrau. Und schenken Sie der Seitenbesucherin viele gute Gefühle und schöne Emotionen. Bedenken Sie beim Vorbereiten Ihrer Webseite auch, dass ein Homepagegestalter nur die Informationen in den Internetauftritt stellen kann, die er von Ihnen bekommt. Nur sehr wenige Designer bringen eigenes wertvolles Gedankengut mit ein. Nehmen Sie sich also etwas Zeit, die Inhalte sinnvoll zusammen zu stellen. Das ist eine Investition, die sich auszahlt. Wenn Ihnen diese Arbeit schwer fällt, gibt es die Möglichkeit, auch dies komplett von einem Spezialisten umsetzen zu lassen.

Gehen Sie auf die verschiedenen Surftypen ein. In laufenden Forschungsreihen wird immer wieder aufs Neue analysiert, was die Seitenbesucher von einer guten Website erwarten und was einen Internetauftritt sympathisch macht. Mittels Messung der Gehirnströme während des Surfens auf diversen Internetseiten kann festgestellt werden, wann Freude und wann Frust ausgelöst wird. Klar strukturierte, ruhige Seiten mit viel Ordnung und harmonischer Gestaltung lösten eindeutig mehr Freude aus.

Da es unterschiedliche Surftypen gibt, sollten beim Erstellen einer Website deren Bedürfnisse berücksichtigt werden. Der **erste Surftyp** hat wenig Zeit. Er möchte nicht lange herum suchen und nicht viel Text lesen. Ihm reicht oft schon das Überfliegen der Navigation. Dort nimmt er wahr, wie vielfältig Ihr Angebot ist. Bieten Sie ihm eine klare, eindeutige Übersicht mit je einem aussagekräftigen Bild und einer eindeutigen Überschrift, z.B. jeweils für Ihre Behandlungskategorien Klassische Maniküre, Nagelmodellage, Massagen, Wellness und Specials, oder auch nach

Produktmarken geordnet. Der schnelle Surfer weiß dann Bescheid, hat einen ersten Eindruck und wird bei Ihnen einen Termin vereinbaren.

Der **zweite Surftyp** nimmt sich gerne etwas mehr Zeit für Detailinformationen. Ihm sind Erklärungen und Erläuterungen wichtig. Er möchte etwas über Ihre Geschäftsphilosophie und Ihr Ambiente erfahren, über Ihre einzelnen Behandlungen, über die Wirkung der Produkte und über die Ergebnisse, die erzielt werden können. Für ihn steht nun ein ausführlicher Text unter der Überschrift bzw. Ihre Behandlungsbroschüre zum Download bereit.

Sinnvoll ist es also, jede einzelne Seite so zu gestalten, dass die Besucherin die wichtigsten Informationen auf einen Blick erfassen, gegebenenfalls aber auch mehr Details lesen kann. So sind Sie auf der sicheren Seite und gewinnen über diesen Weg begeisterte, wohl gesonnene Seitenbesucherinnen, die neue Kundinnen werden können.

Die Internetseite vorbereiten

Stellen Sie zunächst eine Liste mit allen Themen zusammen, über die Sie auf Ihrer Website informieren möchten. Welche Botschaften wollen Sie vermitteln? Was ist besonders hervor zu heben? Was sind Ihre Spezialitäten und Stärken? Es ist hilfreich, sich ein paar Seiten im Internet anzusehen. So kommen Sie leichter in das Thema und bekommen das Gefühl dafür, was Sie auf jeden Fall möchten – und was auf gar keinen Fall. Sie werden sehen, dass diese Aufgabe Spaß macht und neue Inspirationen mit sich bringt. Hierbei kann Sie ein Homepagegestalter, der Komplettlösungen anbietet, unterstützen.

Erstellen Sie eine Liste mit den gewünschten Rubriken (siehe Checkliste: Rubrizierung). Starten Sie mit dem Texten. Verfassen Sie zu jedem Thema einen Text, der die einzelnen Punkte beschreibt. Es gibt Texte, die man schon hundertfach gelesen hat. Und es gibt Texte, die aussagekräftig und überzeugend sind. Eine gelungene Formulierung kann unterhaltsam und somit fesselnd wirken. Ein gehobener Schreibstil hebt gleichzeitig das Image Ihres Studios. Wenn Ihnen das Texten nicht so leicht fällt, dann lassen Sie die Inhalte von jemandem schreiben, dem Werbetexte für Ihre Branche leicht von der Hand gehen. Je professioneller Ihre Texte geschrieben sind, desto werbe-wirksamer ist Ihr Internetauftritt.

Es ist empfehlenswert, zu jeder Seite, d.h. zu jedem Thema einen visuellen Aufmacher einzusetzen. Die Firmen, mit denen Sie zusammen arbeiten, stellen Ihnen dazu i.d.R. eine CD mit Bildern von Behandlungen oder Produkten zur Verfügung. Um einen persönlichen Bezug herzustellen, ist ein Bild von Ihnen bzw. von Ihrem Team und von Ihrem Institut sinnvoll.

Checkliste: Rubrizierung

Hier eine Auswahl möglicher Rubriken für Ihre Homepage:

- Startseite
- Über mich/Über uns/Unser Team
- Philosophie
- Studio/Ambiente/Räumlichkeiten

- Aktuelles
- Klassische Maniküre
- Nagelmodellage
- Massagen
- Produkte
- Shop
- Anfahrt und Öffnungszeiten
- Impressum
- Presseberichte
- Wellness

Bilder sagen mehr als Worte. Gute Bilder lösen bei Ihrer Homepagebesucherin ganz bestimmte Gefühle aus. Sie stellen in Sekundenschnelle Verknüpfungen im Gehirn her. Diese können positiv oder auch negativ sein. Lassen Sie darum nur professionelle Bilder sprechen. Wenn Sie Bilder mit Ihrer privaten Kamera machen und diese nicht scharf oder deutlich genug sind, ist es eine Überlegung wert, ein oder zwei Bilder von einem professionellen Fotografen aufnehmen zu lassen, was auch für professionelle Broschüren, spätere Werbung und Pressearbeit sehr nützlich ist. Achten Sie darauf, dass die Bilder farblich und stilistisch auf das Image Ihres Instituts und auf Ihre Homepage abgestimmt sind.

Aufbau, Gestaltung und Stil

Es gibt Millionen Websites im Internet. Nur wenige davon sind „Wohlfühl-Seiten“. Doch genau darauf kommt es in der Schönheitsbranche an. Vermitteln Sie auf Ihrer Website, dass man sich bei Ihnen und in Ihrem Institut wohl und geborgen fühlt. Diese Emotionen werden von der Seitenbesucherin dann assoziiert, wenn Ihre Homepage harmonisch, übersichtlich und professionell gestaltet ist. Ein guter Webdesigner achtet konstant auf eine saubere und klar strukturierte Aufmachung. Bilder sollen sich stilvoll in die Hintergrundfarben schmiegen, damit ein eleganter Eindruck vermittelt wird. Texte sind so einzufügen, dass ein harmonisches Gesamtbild entsteht. Kosmetikerinnen sprechen in erster Linie Frauen an. Und Frauen sind überwiegend auf der emotionalen Seite ansprechbar. Lassen Sie deshalb jede Menge Emotionen in Ihre Homepage einfließen.

Für jedes Thema eine eigene Seite. Eine klare Gliederung erfordert, dass für jedes Thema eine Seite angelegt wird. Wenn Sie zu manchen Themen ausführlicher berichten möchten, können dafür Unterseiten angelegt werden. Das ist sehr wertvoll für die Übersichtlichkeit. Ein Beispiel: Eine Hauptseite wird in der Navigation mit „Nagelmodellagen“ angezeigt. Dort werden Unterseiten angelegt, in denen die verschiedenen Behandlungsvarianten (Naturnagelverstärkung, Naturnagelverlängerung, Refill etc.) beschrieben sind. Wenn hingegen mehrere Themen auf eine Seite gequetscht werden, wirkt das unelegant, und die Seitenbesucherin kann die Inhalte, also Ihre Angebote, nicht auf den ersten Blick erkennen.

Eine Seitenbesucherin entscheidet innerhalb weniger Sekunden, ob sie auf Ihrer Website weiter surft oder den nächsten Internetauftritt besucht. Je klarer Ihre Startseite konzipiert ist, desto größer ist die

Chance, dass sie sich weiter auf Ihrer Seite informiert. Besucherinnen, die erst lange suchen und ausprobieren müssen, ehe sie sich mit der Navigation zurecht finden, verlieren schnell das Interesse.

Ambiente schaffen. Die Hintergrundfarben einer Seite dürfen nicht zu grell und nicht zu dunkel sein, denn dadurch wird der Text schwerer lesbar und die Belastung der Augen wird verstärkt. Ein kompetenter Homepagegestalter achtet auf eine harmonische Farbzusammenstellung. Die Farben sollten sich nicht beißen, sondern sich gefällig ineinander schmiegen. Entweder einheitlich alles in einer Farbfamilie gehalten oder auch mit Kontrastfarben. Weniger Farben und Pastelltöne lassen die Seiten seriöser und eleganter erscheinen. Mehr Farben und kräftige Töne unterstreichen ein trendiges und modernes Studio. Die Farben Ihrer Homepage sollten sich an Ihren Firmenfarben, also den Farben Ihres Studios und Ihres Logos orientieren. Wenn die Farben Ihrer Homepage mit der Einrichtung Ihres Studios bzw. mit Ihrem Logo übereinstimmen, wird der Wiedererkennungswert gefördert und eine professionelle Einheit dargestellt.

Viele Personen besuchen Ihre Seite während der Arbeit, wo sich Hintergrundmusik störend auswirken kann. Außerdem hat jeder einen anderen Musikgeschmack, sie werden mit Ihrer Musikauswahl nicht alle positiv erreichen können. Manche hören während des Surfens bereits Musik. Wenn nun Ihre Homepage-Musik dazwischen spielt, kann auch das Unbehagen auslösen. Sehen Sie aus diesem Grund von Musik ab. Es gibt so viele andere Möglichkeiten, eine entsprechende Atmosphäre zu vermitteln.

Design und Rubriken

Die Seitenbesucher erwarten, dass sie schnell und unkompliziert an Informationen kommen. Sie sind sehr dankbar für eine deutliche Rubrikengestaltung (Navigation). Ein Internetauftritt, in dem man mehr als drei Mal klicken muss, um an die gesuchte Information zu kommen, ist meist schnell aus dem Rennen. Die Seitenbesucherinnen sind oft ungeduldig. Machen Sie es ihnen so einfach und komfortabel wie möglich. Verzichten Sie auf Willkommenseiten mit Intros, die sich langsam aufbauen und auf die man erst klicken muss, um an die gewünschten Informationen zu kommen.

Ein einheitliches und klar strukturiertes Design ist die Grundvoraussetzung für eine übersichtliche Darstellung. Wenn die einzelnen Seiten im Gestaltungsstil stark voneinander abweichen, dann hat die Besucherin das Gefühl, plötzlich auf einer ganz anderen Webseite gelandet zu sein. Damit solche Verwirrungen ausgeschlossen werden, verwendet ein guter Webseitengestalter auf jeder Seite das gleiche Layout. Ebenso sollten Hintergrundfarben, Schriftart, Stil der Bilder, Überschriften und Textfelder identisch gehalten werden. Zu einer anspruchsvollen Homepage gehören ausreichend Freiräume. Wenn zu viele Bilder und zu viel Text auf eine Seite gepresst werden, wirkt das verwirrend und überladen. Für eine Imagewerbung ist weniger oft mehr. Das sind Punkte, die eigentlich selbstverständlich sind. Dennoch gibt es zahlreiche Webseiten im Netz, bei denen diese Regeln außer Acht gelassen werden.

Verzichten Sie auf außergewöhnliche, verschnörkelte und schwer lesbare Schriftarten. Zum einen kann ein Standard-PC nicht unbedingt alle Schriften, sondern meist nur die mitgelieferten Standardschriftarten richtig darstellen. Fremde Schriftarten könnten demnach bei Internetbesuchern als unlesbare „Hieroglyphen“ oder als unformatierte Standardschrift erscheinen. Zum anderen sollten schon deshalb Standardschriften gewählt werden, weil sie besser lesbar sind. Am leichtesten

werden die Schriftarten „Arial“ und „Verdana“ gelesen. Die Größe der Schrift auf einer Website ist entscheidend. Ist sie zu klein, wird der Text eher nicht gelesen. Ist sie zu groß, kann das Gesamtbild schwerfällig wirken. Grafiken und Logos sollten qualitativ hochwertig, gut lesbar und nicht ausgefranst sein, denn dadurch würde die Homepage unprofessionell erscheinen. Um diese Regeln sollten Sie sich allerdings nicht kümmern müssen. Professionell arbeitende Webseitengestalter berücksichtigen diese Grundsätze.

Aktuelle Inhalte bieten

Zu einer erfolgreichen Website gehört eine regelmäßige Aktualisierung. Ideal ist es, wenn eine Seite „Aktuelles“ oder „Angebote“ in Ihrer Website einmal monatlich, mindestens aber 4mal jährlich im Einklang mit Ihren Werbeaktivitäten aktualisiert wird. Die Vorteile einer „Aktuelles“-Seite:

- Sie haben die Möglichkeit, regelmäßig auf Ihre Aktionen, Neuigkeiten und Angebote aufmerksam zu machen. Und das auf sehr günstige und einfache Weise.
- Sie demonstrieren den Seitenbesuchern, dass in Ihrem Institut immer etwas Neues geboten wird.
- Sie vermitteln, dass Ihr Studio innovativ geführt wird.
- Sie halten Ihre Website spannend.
- Die Interessentinnen besuchen öfter Ihre Homepage. Und je mehr sie sich mit Ihrem Studio beschäftigen, je eher besteht die Chance, dass sie auch einen Termin bei Ihnen vereinbaren.
- Sie erzielen durch diesen Service eine Kundenbindung im Internet und somit in Ihrem Institut.

Tipp: Achten Sie bei der Auswahl Ihres Webseitengestalters darauf, dass Sie für einen geringen Betrag einen Aktualisierungs-Service erhalten, d.h. dass er sich um alle technischen Details kümmert. Sie sollten lediglich den Text und evtl. ein Bild zur Verfügung stellen müssen. Das ist eine lohnende Werbung, für die Sie nicht mehr als 20–30 Euro investieren.

Checkliste: Vertragliche Vereinbarungen mit dem Webdesigner

- Wie viel kostet der „Basisauftritt“ und wie viele Seiten bekommen Sie dafür?
- Was wird für jede weitere Seite berechnet?
- Erhalten Sie von dem Homepagegestalter Bilder, wenn Ihnen nicht genug Bildmaterial zur Verfügung steht? Wenn ja, welche Kosten entstehen pro Bild?
- Was kommt an Bildbearbeitungsgebühren hinzu?
- Können Sie mit professioneller Unterstützung beim Bearbeiten Ihrer Texte rechnen bzw. werden sogar Textpassagen komplett verfasst? Und wenn ja, gibt es Probetexte, die Sie heranziehen können, damit Sie wissen, ob Ihnen der Schreibstil auch gefällt? Was wird dafür berechnet?
- Gibt es bereits Vorlagen, damit Sie und der Homepagegestalter nicht aneinander vorbeireden?

- Wer pflegt die aktuellen Angebote? Müssen/können Sie das selbst tun oder besteht ein Service, der Ihnen diese Arbeit abnimmt? Was kostet dieser Service pro Aktion?
- Weckt der Designvorschlag viele positive Emotionen, vor allem bei weiblichen Internetbesuchern?
- Spricht der Homepagegestalter Ihre Sprache oder verliert er sich in seiner EDV-Sprache? Ist die Zusammenarbeit in dieser Hinsicht unkompliziert?

Quelle: Margit Jox, Geschäftsführerin des Unternehmens Homepagelounge.de