

**Internet. Web-Design.** Im Internet ist es wie im realen Leben: Die ersten drei Sekunden entscheiden, ob jemandem das Hotel oder die Person sympathisch ist. Deshalb ist ein guter Internet-Auftritt umsatzrelevant.



Susan Horvath sagt, dass gerade für ein Hotel ein Internetauftritt hochstehend sein muss.

# «3 Sekunden Zeit zum Überzeugen»

Die Website ist heute Visitenkarte, Werbebroschüre und 24-Stunden-Filiale zugleich. Ein guter Auftritt im Internet ist entscheidend.

SIMONE LEITNER

Ein Unternehmen hat nach Aufruf der Website gerade mal drei Sekunden Zeit, einen neuen Besucher von der Qualität der Inhalte zu überzeugen», sagt Susan Horvath, Grafikdesignerin mit Fokus auf Internet-Auftritte. Aber was ist ein gutes Webdesign? Diese schlichte Frage hat viele Facetten und hat in erster Linie mit der Benutzbarkeit der Website zu tun. Die Benutzerführung ist einer der wichtigsten

Faktoren im Layoutprozess. Ein klarer Seitenaufbau ist für die Platzierung bei Suchmaschinen hilfreich. Doch davon später.

Auch die Navigationsstruktur ist ausschlaggebend. Intuition lautet hier das Stichwort: «Die Navigation muss den Benutzer gezielt und natürlich leiten», erklärt Susan Horvath. Um eine Zielgruppen anzusprechen, muss das Design richtig gewählt werden. Wichtig dabei: «Nicht der Designer bestimmt den

Look einer Website, sondern die Gäste.» Susan Horvath ist Unternehmerin und realisiert seit vielen Jahren Internet-Auftritte für Hotellerie und Tourismus.

Auch online üben Bilder eine unwiderstehliche Anziehungskraft aus. Das richtige Bild transportiert die Kernaussage einer Homepage. «Doch dafür braucht es stimmungsvolle und professionelle Bilder.» Susan Horvath betont, dass eine Website in der heutigen Zeit für einen Betrieb und vor allem für ein Hotel sehr hochstehend sein muss. «Es lohnt sich nicht, bei diesem wichtigen Medium Geld zu sparen.» Natürlich gehöre auch ein prägnanter Text zu einer Website. «Wenn die Qualität beim Text nicht stimmt, wird der Gast kurzerhand wegeklickt», sagt die Fachfrau. Schliesslich braucht der User in der Regel 25 Prozent mehr Zeit, um am Bildschirm zu lesen als auf Papier. «Wer solche Regeln beachtet, der hat seiner Konkurrenz schon einiges voraus.»

**Webdesign ist keine Kunst, sondern eine Dienstleistung**

Obwohl das Farbempfinden sehr individuell ist, gelten auch hier Gesetzmässigkeiten: Gewisse Kombinationen werden eher «als Seelenmassage» und andere als «Schocktherapie» empfunden. «Der Profi weiss, mit welchem Farbmix er

die gewünschte Zielgruppe ansprechen kann», betont Susan Horvath und ergänzt: «Webdesign ist keine Kunst, sondern eine Dienstleistung.»

**Nur wer gefunden wird, ist erfolgreich**

Doch die schönste Seite nützt nichts, wenn sie nicht gefunden wird. «Ein erfolgreicher Internetauftritt setzt voraus, dass dessen Inhalte von Suchmaschinen problemlos gelesen werden können», sagt Rolf Alabor, seit 1999 Webmaster ISS/SIZ. Er hat sich auf die Integration innovativer Web-2.0-Applikationen spezialisiert. «Damit die Website auch gefunden wird, ist eine gute Platzierung bei Google und Co. ausschlaggebend. Ist die Website bei wichtigen Suchbegriffen nicht auf der ersten oder zweiten Suchseite präsent, ist das ein Nachteil», so Rolf Alabor. Dass das Unternehmen damit Potenzial ungenutzt verschenkt, sei die logische Konsequenz. Eine Analyse der Website

auf Suchmaschinenfreundlichkeit kann aufzeigen, warum sie in den Suchresultaten nicht weit vorne erscheint. Es können dann Anpassungen gemacht werden. Zudem wird ermittelt, welche Suchbegriffe die Kunden am meisten verwenden. Dazu Alabor: «Nur wer die relevanten Suchbegriffe kennt, kann Optimierungen vornehmen.» Ziel sollte es sein, mit passendem Inhalt, guter Struktur und sinnvoller Keyword-Dichte das Ranking zu verbessern. «Auch die Verlinkung innerhalb der Website und ganz besonders die Links von anderen Websites haben einen grossen Einfluss auf die Position im Suchmaschinen-Ranking», sagt Rolf Alabor.



«Damit die Website gefunden wird, ist eine gute Platzierung sehr wichtig.»

Rolf Alabor  
Webmaster

sen Einfluss auf die Position im Suchmaschinen-Ranking», sagt Rolf Alabor. Eine Suchmaschinenoptimierung lohnt sich: In einer Studie zum Thema Online-Suchanfragen hat das amerikanische Marktforschungsinstitut comScore belegt, dass Internetnutzer 61 Milliarden Mal pro Monat auf Suchmaschinen zurückgreifen.

## Analyse einer Website

Eine erste Analyse kann der Betreiber auch selber vornehmen. Anhand eines Beispiels (siehe Bilder) zeigt die Grafikdesignerin Susan Horvath die wesentlichen Unterschiede. Auf dem linken Bild ist die Website vor dem Relaunch zu sehen, unübersichtlich und unprofessionell. Der Website-Besucher wird sich weder Bilder ansehen, geschweige denn den Text lesen.

Neben den visuellen Dingen darf heute auf keiner Hotelwebsite die Buchungsmaschine fehlen. «Niemand ist gewillt, sich mit einer E-Mail-Anfrage zu begnügen», sagt die Fachfrau. Die Konsequenz: Der potenzielle Gast springt ab. Heute ist der Internet-Besucher sehr anspruchsvoll,

ziemlich misstrauisch und ungeduldig. Wer also beim Gast punkten will, muss mit einer Website überzeugen, die alles hat. Am bes-

ten integriert der Hotelier auch Bewertungen externer Portale. sls

Ganze Analyse: [www.htr.ch/fokus](http://www.htr.ch/fokus)



Vorher – nachher: Nach dem Relaunch überzeugt die Site (r.) mit einem übersichtlichen Layout und einer Buchungsmaschine.

## Was heisst eigentlich ...

Was ist ein Blog, wo finde ich Facebook und was überhaupt ist ein RSS-Feed? Fragen über Fragen. Hier sind die Antworten.

SIMONE LEITNER

### Blog

Ein Blog oder auch Weblog ist eine Wortkreuzung aus World Wide Web und Log für Logbuch. Er ist eine auf einer Website geführte und damit – meist öffentlich – einsehbares Tagebuch oder Journal. Häufig ist ein Blog «endlos», das heisst eine lange, abwärts chronologisch sortierte Liste von Einträgen, die in bestimmten Abständen umbrochen wird. Der Herausgeber oder Blogger steht, anders als etwa bei Netzzeitungen, als wesentlicher Autor über dem Inhalt. Der Blog bildet ein für Autor und Leser einfach zu handhabendes Medium. Meist sind auch Kommentare oder Diskussionen der Leser zu einem Artikel zulässig. Damit kann das Medium sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken

und Erfahrungen als auch der Kommunikation dienen.

### Portal

Der Ausdruck Portal bezeichnet in der Informatik ein Anwendungssystem, das sich durch die Integration von Anwendungen, Prozessen und Diensten auszeichnet. Ein Portal stellt seinem Benutzer unterschiedliche Funktionen zur Verfügung, wie beispielsweise Personalisierung, Navigation und Benutzerverwaltung. Ausserdem koordiniert es die Suche und die Präsentation von Informationen.

### RSS

RSS ist ein Service auf Websites, der ähnlich einem Nachrichtenticker die Überschriften mit einem kurzen Textanriss und einen Link zur Originalseite enthält. Die Bereitstellung von Daten im RSS-Format bezeichnet man auch als RSS-Feed. RSS liefert dem Leser, wenn er einmal abonniert wurde, automatisch neue Einträge.

### SEM

Das Suchmaschinenmarketing (SEM Search Engine Marketing),

umfasst alle Massnahmen zur Gewinnung qualifizierter Besucher für eine Webpräsenz über Web-Suchmaschinen.

### Social Networking

Social Networking ist eine Web-basierte soziale Struktur. Es geht darum, dass Nutzer Onlineportale nicht nur passiv nutzen, sondern aktiv mitgestalten und miteinander interagieren. Im Vordergrund steht der Community-Gedanke, also Gemeinschaften, die im Inter-

net ihre Interessen teilen. Es gibt breit angelegte Social Networks wie Facebook, Xing oder auch Myspace.

### Web 2.0

Der Begriff «Web 2.0» bezieht sich weniger auf spezifische Technologien oder Innovationen, sondern primär auf eine veränderte Nutzung des Internet. Der Hauptaspekt: Benutzer erstellen und bearbeiten Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Masse selbst. Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von grossen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer Vielzahl von Individuen, die sich mit sozialer Software untereinander vernetzen.

### Wiki

Ein Wiki ist eine im Internet verfügbare Informationssammlung, die von den Benutzern gelesen und online geändert werden kann. Viele Menschen teilen also ihr Wissen zu einem Thema auf einer gemeinsamen Seite.

Quelle: Wikipedia



Ein typischer Blog: Der neueste Eintrag ist immer ganz oben.

## Web 2.0 - Anleitung für Hoteliers zum professionellen Online-Auftritt

«Das Web ist das virtuelle Kaffeehaus und die revolutionäre Einkaufsstrasse der Gäste geworden.»

Das Buch «Innovatives Online-Marketing in der Hotellerie» soll Internet-Kennern sowie Internet-Neulingen zum besseren Internetauftritt und zu höherem Umsatz über die eigene Website verhelfen.



Wer bereits aktiv die Möglichkeiten ausschöpft, wird mit diesem Buch überprüfen können, ob er die wichtigsten Innovationen des Internet kennt und optimal nutzt.

Die Nutzungsmöglichkeiten des Internet werden ständig weiterentwickelt. Deshalb ist es aus Sicht der Autoren Martin Küttel, Hotelier und Berater, sowie Michael Fux, Dozent für Online-Marketing am Institut für Tourismuswirtschaft, notwen-

dig, das Wissen ständig anzupassen. Der Leitfaden soll einen aktuellen Überblick bieten und ist auch als Starthilfe gedacht.

Die beiliegende DVD ist analog dem Buch aufgebaut und enthält viele praktische Beispiele, Best Practices von international ausgezeichneten Websites, Videos, Checklisten, Beispieltexen, Bestpreis-Garantien, Statistiken und Strategien. Ein visuelles Potpourri voller Ideen für die Verbesserung und Weiterentwicklung der eigenen Internetaktivitäten. sls

Das Gesamtpaket mit Buch, DVD und einer halbstündigen Beratung eines Web-Spezialisten kostet 290 Franken und ist erhältlich unter:

[www.kuettel.biz](http://www.kuettel.biz)

ANZEIGE  
**Valentine's®**  
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher  
Was hält länger?  
[www.bertschi-valentine.ch](http://www.bertschi-valentine.ch)