

1.6 Eine richtig gute Website

Mit dem Online-Auftritt Menschen begeistern.

Jona Hölderle, pluralog.de

Die Website ist nicht mehr die einzige Möglichkeit, im Internet sichtbar zu sein. Social Media, Spendenplattformen, Apps, Verzeichnisse und Lexika sind weitere Orte, an denen man sich präsentieren kann oder präsentiert wird. Als verbindendes Element ist die eigene Website aber von zentraler Bedeutung. Sie ist die vertrauenswürdige Basis, die man zu 100 Prozent selbst steuern kann. Außerdem ist es ohne eine eigene Website schwierig, im Internet ernst genommen zu werden.

Als Alice im Wunderland fragte: „Welchen Weg soll ich nehmen?“, antwortete die Grinsekatz: „Das hängt davon ab, wo du hin willst!“.

So ähnlich ist es auch mit Websites. Welche Art und Form man nutzt, hängt von der Strategie und den Zielen ab. Von der Web-Visitenkarte bis zur topaktuellen Anlaufstelle für Fachinformationen ist alles möglich. Deshalb solltest du dich zuerst fragen: „Was will ich mit meiner Website eigentlich erreichen?“

Wie die Website aussehen soll, spielt zunächst eine untergeordnete Rolle. Viel wichtiger ist eine gute Nutzerführung, also dass die Website einfach zu bedienen und Informationen schnell zu finden sind. Ob die Seite schön ist, hängt auch damit zusammen, ob sie schön zu bedienen und leicht verständlich ist.

Die meisten Besucher kommen über die Startseite auf eine Website. Deshalb sollten hier die wichtigsten Informationen über die Organisation und ihre Tätigkeit zu finden sein. Weil viele Besucher noch neu und unwissend sind:

- Es muss schnell klar werden, was die hier präsentierte Organisation macht. Warum lohnt es sich, sie zu unterstützen und auf der Website zu verweilen?
- Weil die Startseite auch eine Verteilfunktion hat, solltest du die wichtigsten Seiten hier verlinken – das aktuelle Projekt, die wichtigste Spendenkampagne, den Hintergrundartikel über die eigene Arbeit.

- Priorisiere Inhalte und verlinke sie entsprechend prominent. Nicht jede Meldung zur aktuellen Kampagne muss auf die Startseite, aber ihre Landingpage sollte jeder Besucher mit nur einem Klick erreichen können. Gleiches gilt für die Spendenseiten.

Die Startseite ist nicht der einzige Einstieg. Über Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Newsletter und Verlinkungen auf anderen Websites kommen viele Besucher direkt auf die Inhaltsseite, für die sie sich interessieren. Diese muss so gestaltet sein, dass sich auch neue Besucher zu-rechtfinden.

- Mit Analyse-Werkzeugen wie Google Analytics (siehe Seite 153) kannst du herausfinden, auf welchen Seiten Besucher besonders häufig durch Verweise landen. Entsprechend wichtig ist die Gestaltung dieser Landingpages. Wenn beispielsweise viele Besucher durch Suchanfragen direkt auf die Seite eines bestimmten Fundraising-Projektes kommen, müssen dort alle relevanten Informationen über die Arbeit der sozialen Organisation zusammengefasst sein.
- Gestalte besonders Fundraising-Landingpages so, dass der potenzielle Spender die Seite für weitere Informationen nicht verlassen muss, sondern ablenkungsfrei durch den Spendenprozess geleitet wird. Viele Organisationen gehen hier so weit, nur ein abgespecktes oder gar kein Menü zu zeigen.
- Um die perfekte Benutzerführung zu erreichen, kann man auf das Konzept der Personas zurückgreifen. Beschreibe fiktive Personen, die deine Zielgruppe darstellen, und spiele mit ihnen Bedienungsszenarien (sogenannte Use-Cases) durch. Dies kann durch Interviews und spätere Tests innerhalb der Zielgruppe erweitert werden.
- Etwas weniger aufwändig ist der Müttertest: einfach mal die Mutter fragen, wie sie sich auf der neuen Website zurechtfindet – funktioniert auch mit dem Vater oder Freunden.

Jeder neue Inhalt auf deiner Website sollte ein konkretes Ziel verfolgen und den Besucher zu Handlungen anregen. Trau dich, hier dem Besucher Empfehlungen zu geben, was er als Nächstes tun soll. Dazu eignet sich

nichts besser als ein klickbarer Button. Wann immer es um eine Aufforderung geht, lohnt es sich, einen Button einzusetzen.

Die wichtigsten Möglichkeiten der Besucherlenkung sind das Seitenmenü, die internen Verlinkungen und eine Suche.

- Website-Besucher klicken sich oft nur durch das Menü, wenn sie schon wissen, wo sie hin wollen, oder wenn sie auf der Seite flanieren möchten. Ein Menü sollte flach sein (nur wenige Besucher können ahnen, unter was für Oberpunkten ihre gesuchte Seite zu finden ist) und nicht zu viele Menüpunkte enthalten, da das Auge Schwierigkeiten hat, mehr als vier bis fünf Menüpunkte beim Überfliegen zu überblicken.
- Auch wichtig ist die interne Verlinkung zu eigenen Inhalten der Website im Text, unter dem Text und in den Seitenspalten. Gerade Links im Text werden besonders wahrgenommen, weil dies der Bereich ist, auf den sich der Leser konzentriert. Die anderen Bereiche werden oft ausgeblendet („Bannerblindheit“). Überlege bei internen Links, was Leser dieses Beitrages noch interessieren könnte.
- Jedes Webprojekt mit mehr als zehn Seiten sollte eine funktionierende Suche haben.

Weil viele Nutzer Texte zunächst nur überfliegen, sollte das Wichtigste in Form einer kurzen Zusammenfassung am Anfang stehen (Teaser). Auflockern lässt sich der Text mit Zwischenüberschriften, Listen, Bildern, Videos oder Audiobeiträgen. Nutze dabei Bildunterschriften, da Querleser hier oft hängenbleiben. Ein gut strukturierter Text hilft auch, in den Ergebnissen von Suchmaschinen (siehe Seite 22) besser abzuschneiden. Dabei muss ein Text auch im Internet nicht immer kurz sein, die Länge muss lediglich dem Inhalt angepasst sein.

Bereits über ein Drittel der Website-Aufrufe kommt von Smartphones und Tablets. Wegen der begrenzten Bildschirmfläche, bringt die Gestaltung einer Website für mobile Geräte spezielle Herausforderungen mit sich. Um allen Geräten gerecht zu werden, hat sich das sogenannte Responsive Design durchgesetzt, welches sich der Größe des Bildschirms automatisch anpasst und die einzelnen Elemente der Seite (Logo, Menü, Text, Seitenleiste, Fußleiste...) entsprechend anordnet.

- Der Zwang zur Reduktion bei der Gestaltung einer mobilen Website führt zu einfach aufgebauten und verständlichen Websites. Konzipiere deshalb erst die mobile Seite und überlege dir dann, wie die Inhalte auch auf großen Bildschirmen gut dargestellt werden können.
- Weil mobile Geräte über ungenaue Berührungen und Streichbewegungen bedient werden, sollten klickbare Elemente entsprechend groß sein und weit auseinander liegen.

Egal ob Kommentar, Gewinnspiel, Bestellung oder Spende: Auf einer guten Website sind auch die Formulare leicht verständlich und ausfüllbar. Diese Kanäle sind besonders beim Online-Fundraising wichtig, um mit noch anonymen Besuchern in Kontakt zu treten und sie kennenzulernen, um ihre E-Mail-Adressen, Social-Media-Links und Telefonnummern zu erfahren.

- Es muss klar sein, welche Formularfelder ausgefüllt werden müssen und welche freiwillig sind.
- Sollen möglichst viele Menschen das Formular ausfüllen (Spendenformular etc.), frage nur die nötigsten Daten ab. Nutzer geben ungern Telefonnummern oder Geburtstage an, wenn nicht klar wird, was mit diesen Daten geschieht.
- In der Regel werden die Daten, die zwischen Benutzer und Website ausgetauscht werden, unverschlüsselt übertragen. Sollen sensible Daten übertragen werden, braucht das Formular eine SSL-Verschlüsselung, die im Browser am Beginn einer URL mit `https://` statt `http://` erkannt werden kann. Wenn deine Website das nicht kann, solltest du das Spendenformular von externen Anbietern einbinden, die meist auch die Zahlungsabwicklung (Lastschrift, Kreditkarte, PayPal, Sofort Überweisung etc.) übernehmen.
- Schaffe auf den Spendenseiten Vertrauen, indem du Siegel, Jahresberichte oder Verwendungshinweise transparent machst. Erkläre, wie sicher deine Organisation mit den Daten umgeht.
- Zeige den Spendern Testimonials und Zitate, um zu zeigen, dass sie das Richtige tun.

Aber welche Farben sollen jetzt verwendet werden? Wo das Logo, wo den Spendenbutton platzieren?

- Wenn du die oben genannten Ratschläge befolgst, wird keine häßliche Seite herauskommen. Nutze zudem Standards, die du von anderen Websites kennst, da sie die meisten Menschen gewöhnt sind und verstehen.
- Achte auf farbliche Kontraste und verwende eine einfach lesbare, nicht zu kleine Schrift.
- Wenn du ein knappes Budget hast, lohnt es sich, Templates zu nutzen. Diese Design-Vorlagen bieten fast alle Content-Management-Systeme an, und sie lassen sich leicht anpassen.

Nicht vergessen:

- *Erstelle ein Konzept, das die Frage beantwortet: „Was und wen will ich mit der Website erreichen?“*
- *Plane die Website erst in einer reduzierten Version für mobile Geräte, baue dann darauf für größere Bildschirme auf.*
- *Strukturiere die Website so, dass Besucher das finden, was sie finden sollen. Teste und analysiere, ob dein Plan aufgeht, und verbessere dich stetig.*

Zum Weiterlesen:

Krug, Steve, *Don't make me think: A Common Sense Approach to Web Usability*, New Riders, 2013.

Nielsen, Jakob u. a., *Newsletter*: www.nngroup.com/articles/subscribe