



## SUCHE

## MARKE-X MAGAZIN

### AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von Marke-X

### BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

### MARKE-X ARCHIV

Kostenlos! Gezielte Suche nach Schlüsselwörtern

### INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

### BÜCHER

Aktuelle Buchempfehlungen

## SERVICE

### KONTAKT

### ÜBER MARKE-X

### IMPRESSUM

### MEDIADATEN

## Homepage-Usability - Ist Ihre Startseite für neue Besucher optimiert?



Viele Websites leiten neue Besucher auf die Homepage Ihres Internetangebotes. Doch gerade die Startseite ist häufig nicht für neue Kunden, sondern in der Regel für wiederkehrende Nutzer

optimiert. Neue Besucher finden sich deshalb oft nicht zurecht und verlassen die Website frustriert nach kurzer Zeit wieder. Dabei ist es gar nicht so aufwendig, gezielt Mechanismen zu integrieren, die neuen Nutzern die Orientierung erleichtern und die eigenen Leistungen verständlich erläutern.

Viele Websites konzentrieren sich wenig auf die Bedürfnisse neuer Besucher. Sie sind eher optimiert für die Ansprüche von wiederkehrenden Nutzern. Es ist auch in der Regel einfacher seine Startseite für letztgenannte Klientel zu gestalten, da

- es für wiederkehrende Nutzer keiner Erläuterung bedarf, was die Website bzw. das Unternehmen bietet und
- häufige Nutzer auch nicht an die Hand genommen und zu den wichtigen Seiten des Angebotes geführt werden müssen.

Es birgt viele Vorteile die Homepage seiner Website für "Stammkunden" zu optimieren. Je weniger man auf die Bedürfnisse von neuen Nutzern eingehen muss, umso mehr kann man sich den Wünschen wiederkehrender Besucher widmen. Diese wissen zudem, wo was zu finden ist und benötigen keine Orientierung mehr. Die Startseite bietet für diese Klientel viel Platz zur Vorstellung von neuen Produkten, der Veröffentlichung von Unternehmens-News oder der Ankündigung von Sonderangeboten.

### Neue Besucher sichern das Wachstum

Jede Website unterliegt in Regel Fluktuationen bei den Besucherzahlen und einem natürlichem Schwund von Kunden. Um Umsätze zu steigern und um die Anzahl von Neukunden zu erhöhen, bedarf es einer klaren Ausrichtung der Startseite auch auf neue Besucher. Nur so lässt sich eine dauerhaft hohe Konversionsrate (Besucher zu Kunden) sicherstellen. Doch wie gestaltet man seine Startseite so, dass sie für wiederkehrende und für neue Besucher gleichermaßen ansprechend und informativ ist?

Die folgenden Strategien und Taktiken zeigen, wo und vor

### NEWSLETTER

Abonnieren Sie Marke-X®, das kostenlose Web Marketing Magazin

Kostenlos dazu: Sascha Langner's Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter

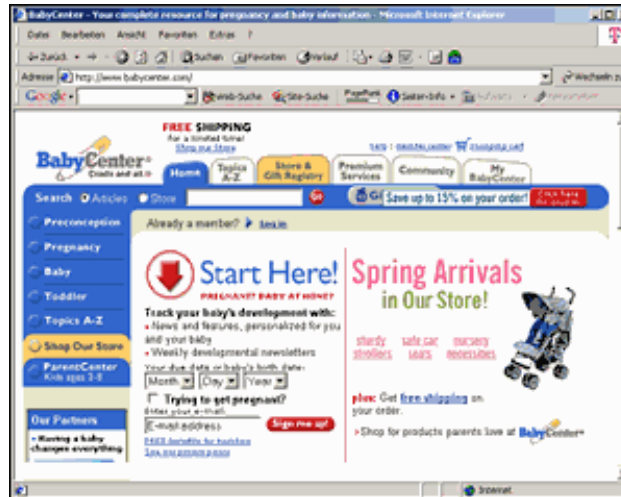
E-Mail



allem wie eine geschickte Synthese der Startseiteninhalte für unterschiedliche Zielgruppen möglich ist.

## 1. Speziell für neue Besucher

Grenzen Sie einen zentralen Bereich Ihrer Startseite speziell für neue Besucher ab und weisen Sie prominent darauf hin. Ein schönes Beispiel für eine solche Vorgehensweise ist die Seite BabyCenter.com.



**Zum Vergrößern bitte aufs Bild klicken**

Abbildung 1: Screenshot Startseite "BabyCenter.com"

Mit Hilfe eines roten Pfeils und dem Schriftzug "Start Here!" werden neue Nutzer umgehend auf die für sie wichtigen Informationen hingewiesen. Interessant ist, dass das Unternehmen die Kommunikation umdreht und nicht erzählt, was es bietet, sondern Informationen vom potentiellen Kunden abfragt und so einen Dialog beginnt.

Geschickt ist das Vorgehen von BabyCenter vor allem auch, weil häufige Nutzer die Startseite in der Regel nur abscanen und nicht Zeile für Zeile durchgehen. Sie blenden den Hinweis "Start Here!" einfach aus und widmen sich vornehmlich den Inhalten für wiederkehrende Besucher wie beispielsweise den "Frühlingsangeboten" auf der rechten Seite.

## 2. Klare Trennung von Zielgruppen

Wenn man als Unternehmen neben neuen und wiederkehrenden Nutzern ebenfalls noch unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Privat- und Geschäftskunden) erreichen will, wird es schwierig die speziellen Inhalte für alle diese Anspruchsgruppen auf einer einzigen Startseite zur Verfügung zu stellen. In solchen Fällen bietet es sich an, zunächst eine grundsätzliche Trennung der Zielgruppen vorzunehmen.

So macht es beispielsweise auch die Allianz. Ihr Leistungsspektrum ist sehr umfangreich und richtet sich an viele unterschiedliche Zielgruppen. Deshalb trennt der Konzern zunächst einmal zwischen Privat- und Geschäftskunden sowie Interessenten am Unternehmen direkt (wie z.B. Presse, Investoren oder Jobsuchende).



**Zum Vergrößern bitte aufs Bild klicken**

Abbildung 2: Screenshot Startseite "[Allianz.de](http://www.allianz.de)"

Auch [Dell](http://www.dell.com) folgt dieser Vorgehensweise und unterteilt zunächst zwischen Privatanwendern, Firmen- und Großkunden sowie öffentlichen Auftraggebern.

### **3. Nutzen, Nutzen, Nutzen**

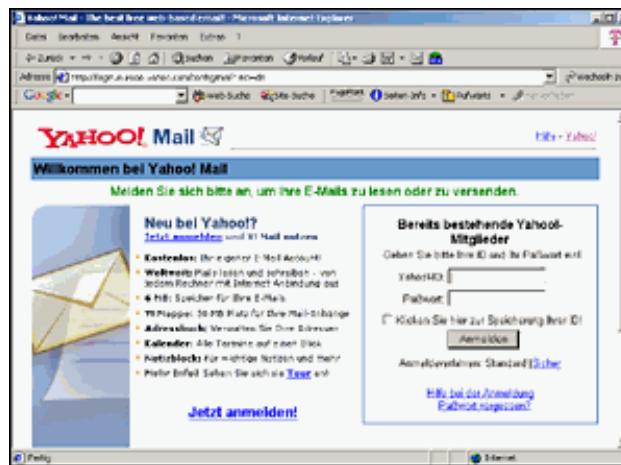
Zeigt Ihre Homepage, was Ihr Unternehmen anbietet oder ist sie optimiert dafür, Ihren neuen Besuchern zu zeigen, welchen Nutzen Ihre Leistungen darstellen? Gerade neue Besucher wollen wissen, worin der eigentliche Vorteil Ihrer Leistungen besteht. Schreiben Sie auf Ihrer Startseite kurz und klar verständlich, was Sie bieten und was Ihre Leistungen besonders macht, sprich Sie von Ihren Wettbewerbern unterscheidet. Versuchen Sie Ihre Leistungen aus Sicht Ihrer Kunden zu sehen: Schreiben Sie nicht, dass z.B. Ihre Software nur 5 Minuten Berechnungszeit benötigt, sondern erklären Sie, wie viel wertvolle Zeit Ihr potentieller Kunden durch Ihre Software im Vergleich zu anderen Vorgehensweisen spart.

### **4. Achten Sie auf Ihre Texte**

Wiederkehrende Nutzer scannen nur oberflächlich Ihre Texte, vor allem neue Besucher lesen sie. Aus diesem Grund müssen Ihre Texte besonders für Nutzer geschrieben werden, die Ihr Angebot zum ersten Mal besuchen. Achten Sie vor allem auf eine warme, freundliche Begrüßung, und zeigen Sie mit wenigen und einfachen Worten, wo was auf Ihrer Website zu finden ist.

### **5. Geschlossene Benutzerumgebung**

Wenn sich Ihre Besucher in registrierte und unregistrierte Nutzer einteilen lassen können, haben Sie einen großen Vorteil. Bieten Sie gleich auf der Startseite die Möglichkeit zum "Einloggen". So kann ein Großteil der Fläche Ihrer Homepage zur Gewinnung neuer Kunden verwendet werden.



Zum Vergrößern bitte aufs Bild klicken

Abbildung 5: Screenshot "Yahoo Mail"

## 6. Hilfsfunktionen

Besonders neue Besucher haben viele Fragen. Es ist unrealistisch alle auf der Startseite beantworten zu wollen. Hilfsfunktionen sind deshalb äußerst wichtig, um neuen Besuchern die Orientierung zu erleichtern und schnelle Erfolgserlebnisse zu ermöglichen. Mehr zu diesem Thema im Artikel "[Wo finde ich was? - Hilfsfunktionen auf Online-Shopping-Angeboten](#)"

Weiterführende Links:

[Informationsarchitektur - Der entscheidende Erfolgsfaktor](#)

[Aus dem Usability Labor - Erwartungskonforme Webseitengestaltung](#)

---

Bestellen Sie den monatlichen E-Mail Newsletter, **Marke-X Internet Marketing®**. Mit über 1000 Abonnenten ist Marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland. [Bisherige Ausgaben](#).

E-Mail Adresse:

---

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über Marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2003 [Marke-X](#), Magazin für Internet Marketing.  
Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: [sascha.langner@marke-x.de](mailto:sascha.langner@marke-x.de)  
Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>

