

Gehen Sie online

Für viele Menschen ist das Internet mittlerweile das Recherchemedium Nummer eins geworden. Ein attraktiver Webauftritt bringt dem Labor zahlreiche Vorteile. Doch was macht eine gelungene Homepage aus und wie stelle ich sie ins Netz? Der Kommunikationsprofi Stefan Schneider, Wiesbaden, gibt Tipps, wie man sein Unternehmen inhaltlich und gestalterisch ins rechte Licht rückt.

▶ Stefan Schneider

Zugegeben, Begriffe wie HTML, xHTML, PHP oder CSS lassen den Normalbürger völlig kalt. Ein wenig besser fühlt man sich vielleicht bei Java oder „Action Scripting“. Da kann man sich dann einen berausenden Sonnenuntergang am Strand einer wundervollen Insel oder vielleicht irgendwas mit James Bond vorstellen – aber, weit gefehlt. Wir bewegen uns noch immer in der Begrifflichkeit des Internets.

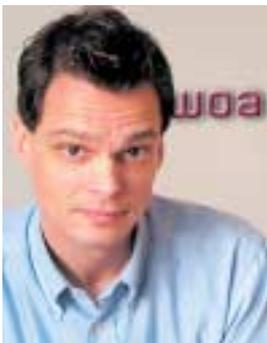
Das Medium nimmt immer mehr Raum im allgemeinen Leben der Deutschen ein. Laut der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF) sind mittlerweile 55 % aller Deutschen im Internet. Dabei ist die Gruppe der Männer mit ca. 55% stärker vertreten als die Gruppe der weiblichen Nutzer mit 44,8%. Im Ranking der Altersgruppen holen die so genannten Silver Surfer (50 Jahre und älter) mit einem Anteil von 23,4 Prozent im Internet immer weiter auf. Mit einem kleinen Vorsprung führend bleibt allerdings die Gruppe der 30- bis 39-Jährigen mit einem Anteil von ca. 25%. Die meisten User gehen hauptsächlich zu Hause ins Netz der Netze (ca. 82%), gefolgt von knapp 41%, die am Arbeitsplatz die Chance des Webzugangs nutzen. Eine der interessantesten Änderungen hat sich bei der Nutzung des Internets ergeben – und zwar ist es nicht mehr nur Kommunikationsmedium, sondern verstärkt Informationsmedium. Mit jeweils knapp 70% liegen die E-Mail-Kommunikation und die Informationsrecherche gleichauf. Danach folgen in bedeutendem Abstand Schwerpunkte wie Online-Banking und Online-Shopping.

Beratung und Preise stehen im Vordergrund

Ergänzt wird diese Studie mit den Erkenntnissen aus der W3B-Studie (www-Benutzer-Studie) von Fittkau & Maaß, die den „Kaufberater“ Internet immer weiter in den Fokus rücken sieht. So gehen zwischenzeitlich zwei Drittel der Internetnutzer in Deutschland gezielt ins Internet, um sich ausschließlich über Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Erstaunlich ist dabei die Tatsache, dass nach dieser Onlinerecherche wiederum ca. 66% in ein Geschäft vor Ort gehen, um das Produkt oder die Dienstleistung zu erwerben. Dabei wird die Bereitstellung von Hintergrundinformationen vom Informationsanbieter sehr wohlwollend aufgenommen und berücksichtigt. Und als wichtigste Erkenntnis konnte man feststellen, dass 50% der User auch dort kaufen, wo sie vorher die Informationen im Internet gefunden haben. Aber auch der Preis spielt gerade bei den Internet-Usern eine wichtige Rolle. So ist einerseits die Information um das Thema oder Produkt wichtig, aber gewünscht werden grundsätzlich auch Informationen zum Preis.

Was kann also unternommen werden, um diesen Erkenntnissen Rechnung zu tragen? Jeder Unternehmer sollte die Chancen des Mediums Internet nutzen und neue Kunden gewinnen oder Interessenten generieren – auf Seiten der Zahnmediziner sowie auf Seiten der Patienten. Deshalb sollte auch die Scheu vor dem direkten Kontakt zum Patienten abgelegt werden, denn er kann für jedes Zahnlabor der erste und direkte Weg zu neuen Aufträgen sein.

Deshalb: Stellen Sie Ihr Unternehmen online!



der autor:

Stefan Schneider, 37, ist Geschäftsführer Beratung der woa werbeagentur. Er entwickelt und betreut das Thema Internet-Gestaltung und Technik in der woa werbeagentur-Gruppe seit 1997.