

Erfolgreich präsent im Internet

Alle Welt drängt ins Netz. Keine Firma, die nicht schon eine eigene Web-Site hat oder wenigstens darüber nachdenkt. Was ist zu beachten und was bringt's?

● von Frank Hartz und Norbert Salomon

In der Tat ist es mittlerweile für jedermann und jede Frau ein Leichtes, eine eigene WWW-Seite ins Internet zu stellen. Wer etwas auf sich hält, nutzt entsprechende, sogenannte Hosting-Angebote von Online-Diensten, Internet-Providern oder kommerziellen Internet-Publishern um sich im Web zu präsentieren. Gerade kleineren Unternehmen bietet sich so die einmalige Ge-

grafische Teil des Netzes lange spöttisch genannt wurde, ist inzwischen weitgehend passé. Die Bandbreiten der Provider werden immer weiter ausgebaut, die Server schneller, die Software leistungsfähiger. Und trotzdem, so manche Seite gerade auch kommerzieller Anbieter baut sich nur mit quälender Langsamkeit auf.

So richtig schön langsam wird eine Site mit Grafiken ab 100 KB. Ebenso beliebt ist die HTML-Programmierung mit Tabellen, die es

«Viele unserer Kunden haben schon lange Zugang zum Medium Internet. Da lag es nahe, auch deren Buch-Bestellungen im Web abzuwickeln.» erklärt Christoph Bürgin, der bei der wissenschaftlichen Buchhandlung Freihofer AG für das Internet-Geschäft zuständig ist. Aus dem Marktbeobachtungs-Projekt <http://www.freihofer.ch/> hat sich ein gewinnbringender Geschäftsbereich entwickelt. «Dazu beigetragen hat auch

die Partnerschaft mit EUnet, wo wir einen virtuellen Server gemietet haben, und mit unserer Werbeagentur, die für das Konzept der Seiten zuständig ist. Kleine Änderungen an den Seiten machen wir allerdings selbst.» Jetzt arbeitet Bürgin daran, das Medium Internet auch neuen Lesern näher zu bringen. In der Ende 96 eröffneten «Datenhandlung» Cyberc@ve in Zürich drehen sich alle angebotenen Bücher und Veranstaltungen rund ums Web.



FOTO: FREIHOFFER AG

legenheit, Werbung oder ihre Waren an Millionen potentieller Kunden in aller Welt zu bringen.

Stellt sich die Frage, wie denn die eigene Homepage ins Internet gelangt – vor allem, wenn ein eigener Server mit Direktanschluss ans Internet aus Kostengründen nicht in Frage kommt. Die einfachste und dabei teuerste Lösung ist sicher, die Dienste eines Web-Publishers in Anspruch zu nehmen. Von der Konzeption über den Entwurf bis hin zur HTML-Programmierung werden Ihnen alle Arbeiten abgenommen und die fertige Seite letztlich auch ins Internet gestellt.

Erheblich preiswerter, allerdings dornenreicher ist es, eine eigene Web-Site zu entwerfen und dann im Do-it-yourself-Verfahren über Online-Dienste oder Internet-Provider selbst zu publizieren. In der Schweiz bieten viele kleinere Provider, CompuServe oder der PCtip (siehe Serviceseiten) entsprechende Möglichkeiten an. Gute Web-Seiten zu publizieren will geübt sein. Sieht man sich Angebote genauer an, fragt man sich, ob da wirklich jeder weiss, was er tut.

Schnelligkeit ist Trumpf im Internet. In dieser Hinsicht hat sich in der letzten Zeit einiges getan. Das Wort vom World Wide Waiting, wie der

ermöglichen ein Element sicher dorthin zu platzieren, wo es hingehört. Interessant wird dies aber erst mit einer Tabelle in einer Tabelle in einer Tabelle. ... Das ängstliche Programmierherz hat dann zwar seine Ruhe, aber für Surfer bedeutet dies: Die URL-Adresse der gewünschten Seite eingeben, völlig gelassen erst einmal einige Telefonanrufe erledigen (mit dem Natel, der normale Anschluss ist ja immer noch besetzt), einen Spaziergang machen, vielleicht noch ein kleines Nickerchen halten und dann mal schauen, ob die Seite da ist. Oder kurz: Die Verschachtelung von Tabellen verlangsamt den Seitenaufbau enorm.

Interaktivität ist im Web gefragt, doch wie alles ist auch sie eine Frage der Qualität. Das bemerkenswerteste Negativbeispiel falsch verstandenen Online-Marketings entdeckten wir kürzlich bei einer Recherche in den Tiefen des Webs: In «meisterhafter» Weise wurde der Surfer interaktiv in das Geschehen mit einbezogen. Wollte er ein Produkt bestellen, musste er sich Produktbeschreibung, Preis und Artikelnummer einprägen, ein Formular ausdrucken, die Angaben eintragen und die Bestellung anschliessend per Fax erledigen.

Knacknuss Multimedia: So richtig schön und ansprechend werden WWW-Seiten natürlich erst mit multimedialen Spielereien wie Java, ActivX, RealVideo-Komponenten, Shockwave-Elementen – und so mancher verwendet möglichst alles auf einmal. Die neunzig Prozent der Surfer, die Java-Funktionen abgeschaltet haben oder deren Browser nicht in der Lage ist mit diesen Elementen umzugehen, kommen als Kunden ohnehin nicht in Betracht, oder?

Auf das richtige Werkzeug kommt es an. Der erste Schritt zur Programmierung einer WWW-Seite, die kommerziellen Ansprüchen genügt und potentielle Kunden nicht verschreckt, ist die Verwendung des richtigen Werkzeugs. Es gibt einige sehr gute Shareware-Lösungen, die nur wenig kosten, aber sehr leistungsfähig sind. Beispielsweise der HTML-Editor HomeSite, der in älteren Versionen sogar kostenlos als Freeware genutzt werden darf. HomeSite kann man sich direkt aus dem Internet unter <http://www.dexnet.com/homesite.html> herunterladen. Es gehört zu den klassischen WWW-Editoren, mit denen man direkt am Code arbeitet. Kenntnisse in HTML werden also vorausgesetzt. Wer keine Lust oder Zeit hat, HTML zu erlernen, aber trotzdem die WWW-Seiten der Firma selbst erstellen möchte, dem seien Editoren wie Claris Homepage oder Microsoft FrontPage 97 empfohlen.

Für letzteren werden erst einmal keine Kenntnisse in HTML benötigt, da er einen umfassenden Satz von Assistenten und Dokumentvorlagen enthält. Später können überdies die fertigen HTML-Seiten bequem verwaltet werden. Direkt beim Start bietet FrontPage 97 seine Hilfe in Form eines effektiven Web-Assistenten oder einer geeigneten Vorlage an. Möchten Sie Ihr Unternehmen im Internet präsentieren, suchen Sie unter den angebotenen Vorlagen am besten den Firmenpräsenz-Web-Assistent aus. Nach Beantwortung einiger weniger Fragen zu Gestal-



Die Autoren dieses Beitrages sind Verfasser des Buches «Business-PC • Erfolgreicher Computer-Einsatz im Unternehmen», das Juni/Juli im Buchhandel erscheint. Neben der Frage nach kommerzieller Nutzung des Internets beschäftigt sich das Werk vor allem damit, wie richtige Entscheidungen bei der Planung, Anschaffung oder der Erweiterung von betrieblicher Soft- und Hardware gefällt werden. Verlag: Smart-Books Publishing AG, Kilchberg
Preis: Fr. 65.-, 440 Seiten mit CD-ROM (inkl. Vollversionen ClarisImpact 2 und ClarisWorks 4), ISBN 3-908488-35-4

Ein weiterer Buchtipp in diesem Zusammenhang: «Projekt Internet – Was Unternehmen über Internet und Recht wissen müssen» von David Rosenthal
Verlag: Info: Finanz und Wirtschaft AG, <http://www.insider.ch/ipd/recht/>
Preis: Fr. 85.-, 424 Seiten, ISBN 3-906084-29-9

Am 28. August beschäftigt sich das BIGA mit dem Internet: Chance für kleinere und mittlere Unternehmen. Das ganztägige Symposium findet im Technopark Zürich statt.
Info: Technopark Informationsstelle, Tel. 01/201 73 00



Ruth und Hanspeter Ricklin hatten es satt, alle nur vom Internet reden zu hören. Sie schritten zur Tat, stellten einen Windows-NT-Server zu ihrem lokalen Provider, richteten darauf das virtuelle Warenhaus <http://www.warenhaus.ch/> ein – und gründeten damit gleichzeitig eine virtuelle Firma. Mit drei weiteren Kollegen sorgen sie

von daheim via Modem dafür, dass immer die aktuellsten Produkte im Angebot sind und die Lieferung zwischen Hersteller und Besteller einwandfrei klappt. «Mit begrenztem Kapitaleinsatz die Möglichkeiten der neuen Technologie auszu-probieren, war unsere Haupt-motivation. Davon leben kann man heute noch nicht.»

FOTO: MARKUS ZITZ

tung, Umfang und Produktzahl erstellt Front-Page einen Prototyp der Homepage. Anhand einer Aufgabenliste, in der neu erstellte Seiten aufgeführt sind, passt man diese mittels eines Editors «von Hand» den persönlichen Bedürfnissen an. Schneller und praktischer geht's kaum.

Suche zwecklos? Das schönste Angebot im WWW nützt nichts, wenn man es nicht findet. Deshalb sind Eintragungen in den gängigen Internet-Verzeichnissen und Link-Listen unerlässlich. Erfahrungen in der Praxis haben gezeigt, dass viele Benutzer über solche Verzeichnisse zu den Angeboten gelangen. Die wichtigsten schweizerischen und deutschen finden Sie auf <http://www.pctip.ch/>. Auf der Eingangsseite jedes dieser Verzeichnisse befindet sich ein Link zu einem Anmeldeformular. Dort können neue Online-Angebote eingetragen werden. Neben der Internet-Adresse selbst gibt man dort einige Stichworte an, die den Inhalt des Angebots wiedergeben. Häufig wird bei derlei Online-PR-

Aktivitäten lediglich die Eingangsseite mit einer groben Umschreibung eingetragen. Man sollte jedoch jede Seite des neuen WWW-Angebots einzeln registrieren lassen und noch mehr: jedes einzelne Produkt, jede einzelne Dienstleistung, jede einzelne Offerte mit zugehöriger URL. So ist man in einem Verzeichnis mehrfach gelistet und wird schneller gefunden. Yahoo! bietet sich durch

seine Struktur für Mehrfacheinträge an. Yahoo! ordnet alle Links nach unterschiedlichen Kategorien. Und es fällt leicht sich vorzustellen, dass ein Angebot in mehrere Kategorien passt.

Bevor Sie starten, sollten Sie sich kurz einige Dinge überlegen:

- Warum wollen Sie eine eigene Webseite?
 - Wen und was wollen Sie damit erreichen?
 - Wie wird Ihr Online-Angebot attraktiv für Besucher?
 - Was macht Ihre Konkurrenz und wie können Sie es besser machen?
 - Benötigen Sie ein mehrsprachiges Angebot?
 - Haben Sie Zeit, Geld und Geduld Ihre Seite auch später zu aktualisieren und zu pflegen?
 - Wieviel können und wollen Sie investieren?
- Hier ist nicht zu vergessen: Ihre neue Seite kennt niemand! Also müssen Sie dafür genauso Werbung machen wie für Ihre Produkte.

Tips :-)

10 goldene Regeln, um Surfer effektiv von Ihrer Homepage fernzuhalten

1 Vergessen Sie niemals mindestens 25 hübsche kleine Grafiken auf Ihrer Homepage anzulegen. Nichts erfreut den Surfer mehr, als etliche Minuten lang weisse Kästchen mit seinem Browser betrachten zu dürfen.

2 Den Bild-Hintergrund Ihrer Homepage sollten Sie sehr sorgfältig auswählen. Ein tolle, hochauflösende Action-Gratik eignet sich hervorragend als ganzformatiger Hintergrund. Zur Not wählen Sie ein unruhiges, poppig-buntes Muster als Hintergrund. Dieser vermittelt Surfern nicht nur den Stil der späten 70er, sondern zwingt sie auch dazu sehr konzentriert hinzuschauen, um die Informationen auf Ihrer Homepage auch wirklich lesen zu können.

3 Seien Sie keinesfalls zurückhaltend bei der Auswahl verschiedener Schriftarten. Um sicher zu gehen, dass diese selbst auf dem ältesten Browser dargestellt werden, machen Sie sich die Mühe, alle Texte als Grafiken anzulegen und für die Homepage zusammenzustellen. Jeder Surfer wird nach zwei Tassen Kaffee erkennen, mit wieviel Liebe zum Detail Sie Ihre Seite gestaltet haben.

4 Nichts lieben Surfer mehr als wirbelnde, kreisende kleine Animationen auf dem Bildschirm. Am besten verteilen Sie gleich mehrere Animationen auf jeder Seite. Toll finden Informationssuchende auch Animationen mitten im Text.

5 Kleine Videosequenzen erfreuen Surfer besonders. Scheuen Sie keine Kosten und Mühen, um mindestens ein Video als AVI-Datei auf Ihrer Homepage ablaufen zu lassen. Wechseln Sie die Videos in regelmässigen Abständen. Surfer lieben Videos und werden immer

wieder gerne mit einem Sack Chips bewaffnet Ihre Homepage anwählen.

6 Beweisen Sie HTML-Kompetenz! Mit nur wenigen Tabellen bereiten Sie dem Surfer grösstmögliche Freude. Um Ihre vielseitigen, ausführlichen und übersichtlichen Informationen begierig aufsaugen zu können, nimmt er gerne Wartezeit in Kauf. Dankbare E-Mails begeisterter Surfer werden Sie für den erhöhten Programmieraufwand entschädigen.

7 Niemals darf ein Surfer Ihre Homepage zu sehen bekommen, ohne dass ein fröhlicher Fanfaren-Sound vorher aus seinen Lautsprecherboxen erklingt. Einzige Alternative dazu wäre eine kurze, aber aussagekräftige Begrüssungsrede, die sicherheitshalber in mindestens vier Weltsprachen aufgenommen wurde.

8 Unbedingt sind vielzählige Links zu Homepages Ihrer Konkurrenz anzulegen. Schliesslich soll der Surfer ja feststellen können, wie superlativ Ihre Homepage ist und wie mager die Ihrer Konkurrenz sind.

9 Wenigstens fünf Cookies sollten Sie jedem Surfer, der Ihre Homepage aufruft, übermitteln. Besonders die Surfer, die den Empfang von Cookies ablehnen, werden gerne mehrfach die entsprechenden Systemfragen beantworten, bevor Sie Ihre Homepage betrachten können.

10 Zwingen Sie Surfer dazu, nach Ihrer Homepage zu fahnden. Surfer schmachten nach detektivischer Kleinarbeit und verabscheuen es, wenn sie schon bei dem ersten Suchaufruf in Alta Vista, Yahoo! oder Lycos auf Ihre URL-Adresse stossen.



Anhand eines Fragenkatalogs stellt FrontPage 97 den Homepage-Prototyp zusammen.



Der Prototyp-Homepage wird lediglich der letzte Schliff gegeben.