

Birgit Arens-Dürr hat



... bei Polaris Media: Wie Webseiten wahrgenommen werden

Polaris Media aus Offenbach erstellt Firmenwebseiten auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse. Die Methode überzeugt und ist so erfolgreich, dass das 2009 gegründete Unternehmen schon 36 Mitarbeiter zählt.

Dr. Patrik Jungen, Spezialist für verhaltenswissenschaftliches Marketing und Gestaltungsberater bei Polaris Media: „Welche Emotionen Internetseiten mit ihrem Design auslösen, welche Assoziationen Farben und Formen beim Benutzer hervorrufen, wird oft zu wenig berücksichtigt. Dabei ist die Homepage heute meist das erste, was ein Kunde vom Unternehmen wahrnimmt. Mundpropaganda, Empfehlungen, sind nicht mehr so wichtig. Es wird gegooglet und beim Aufruf der Seite findet in Sekunden eine Kategorisierung statt. Die Firma landet in einer Schublade: gut, unprofessionell, schlampig, kundenfreundlich, teuer, billig.“ Der Unternehmer entscheide selbst über den Eindruck, den mögliche Kunden von ihm bekommen.

Am Anfang der Zusammenarbeit mit Polaris Media steht eine mehrstündige Beratung mit einem spezialisierten Marketingökonom. Gemeinsam mit dem Kunden charakterisiert er dessen Kernkompetenzen wie auch interessante Nischen im jeweiligen Markt und definiert, was der Internetauftritt erreichen soll. Per Google-Analyse wird ausgewertet, mit welchen Begriffen die Angebote des Kunden gesucht werden und der Internetauftritt entsprechend für die Suchmaschine optimiert. „Bei uns gilt: erst nachdenken, dann handeln“, präzisiert Geschäftsführer Antal Wahlers die Vorgehensweise.

In einem zweiten Schritt werden die Ergebnisse der Beratung einem aus drei Designern bestehenden Kreativteam vorgestellt. Es werden Ideen gesammelt und diskutiert. Anschließend skizziert jeder Designer einen Entwurf. Der Kunde entscheidet sich für einen davon oder für eine Mischung. In seltenen Fällen wird seine Rückmeldung genutzt, um eine vierte Skizze zu zeichnen. Erst wenn ein Entwurf ausgewählt ist, beginnt das digitale Arbeiten. Anhand mehrer

Varianten entscheidet der Kunde etwa über die Ausrichtung von Text und Bildern oder über Farbnuancen. „Auch bei dieser Feinabstimmung muss überlegt werden, ob sie den Geschmack der Zielgruppe trifft und welche Wirkung sie erzielen soll“, erklärt Jungen. „Für den Internetauftritt eines Zahnarztes bewähren sich die Farben Weiß und Blau. Im Wellnessbereich tendiert man zu Pastelltönen. Seriosität wird vermittelt, wenn beim Namen die Unterschrift steht.“ Intensive Arbeit seien die Texte, die nicht nur lesbar sein müssen, sondern wesentlich sind für die Suchmaschinenoptimierung. „Wir geben unseren Kunden detaillierte Leitfäden an die Hand, bieten aber auch an, Texte bei uns verfassen zu lassen“, berichtet Wahlers.

Für die eigentliche Programmierung der Seite ist schließlich die IT-Abteilung von Polaris-Media

in Graz zuständig. Nach 80 bis 120 Arbeitsstunden geht die fertige Seite zunächst probeweise online, damit der Kunde sie prüfen und abnehmen kann. Nach einer kurzen Schulung in dem Content Management System Wordpress kann er die inhaltliche Pflege später selbst übernehmen. „Allerdings umfassen unsere Festpreise vier Jahre lang kostenlose Änderungen und Aktualisierungen. Wir lassen uns nicht jeden Anruf bezahlen“, garantiert Jungen.

„Den Kreativbereich haben wir bewusst in Offenbach angesiedelt“, berichtet Wahlers, der von Gießen aus den Vertrieb des Unternehmens leitet. „Viele Mitarbeiter sind Absolventen der hiesigen Hochschule für Gestaltung (HfG). Wir stärken gerne den Kreativstandort Offenbach und werden hier weiter Mitarbeiter einstellen und ausbilden.“



Das Kreativteam (v.l.n.r. Designchef Michael Palm, Gestaltungsberater Dr. Patrik Jungen, Stephanie Noll, Auszubildende, und Designer Sinan Jafan) diskutiert Skizzen für einen neuen Internetauftritt. Foto: Arens-Dürr/IHK

Das Unternehmen: Polaris Media, Obere Grenzstraße 72, 63071 Offenbach

Kontakt: Dr. Patrik Jungen, Telefon (069) 25535 340, E-Mail patrik.jungen@polarismedia.de
www.polaris-media.de