

# Wenn Bilder Emotionen transportieren

Polaris entwirft Webseiten für Mittelständler

Von Marc Kuhn

**Offenbach** ■ Wenige Unternehmen können rasch und einfach beweisen, dass Anspruch und Wirklichkeit bei ihnen eng beieinander liegen. Zu ihnen zählt die junge Firma Polaris Media aus Offenbach. Das Team um Geschäftsführer Antal Wahlers und Gestaltungsberater Patrik Jungen verspricht kleinen und mittelständischen Betrieben einen Internetauftritt, der sich

optisch, inhaltlich und technisch von anderen Seiten abhebt. Um die Zusätze einzuhalten, setzen sie unter anderem auf die Suchmaschinen-Optimierung. Sie sorgt dafür,

dass die Homepage des jeweiligen Unternehmens bei Google möglichst weit oben steht. Gibt der Suchende zum Beispiel „Holzspielzeug Butzbach“ oder „Vespa Frankfurt“ ein, so erscheint der Webauftritt vor jenen der Konkurrenz - Versprechen eingehalten. Beide Seiten sind von Polaris produziert worden.

Nach Ansicht von Wahlers und Jungen ein wichtiger Schritt, klicken Internetnutzer, die beispielsweise einen Handwerker aus der Region suchen, doch zuerst fast immer den Erstplatzierten an. Bei der Suchmaschinen-Optimierung geht es um Spitzfindigkeiten. So kann es nach den Worten von Wahlers schon weiterhelfen, wenn zum Beispiel das Wort Elektroinstallation durch Elektroinstallateur ersetzt wird. Und: „Die Ortsoptimierung ist sehr wichtig“, fügt

Jungen hinzu. Seine Kollegen unterstützen die Kunden von Polaris aber auch bei der technischen Aufrüstung der Seiten und der redaktionellen Arbeit.

Die Firma beschäftigt mittlerweile 18 Mitarbeiter in Offenbach und sechs in Gießen - unter anderem Grafiker, Werbetexter und Fotografen. Das Unternehmen wolle eine Brücke zwischen einer klassischen Werbeagentur und einer Webdesignfirma sein,

erläutert Wahlers. Etwa 500 kleine und mittelständische Betriebe zählt es zu seinen Kunden - nur zweieinhalb Jahre nach der Gründung, erklärt Jungen stolz. „Wir sind hessenweit eine der größten Agenturen“, ergänzt Wahlers. Die

Kunden würden sich über ein Gebiet verteilen, das sich von Edertal über Siegen, Mainz, das Rhein-Main-Gebiet, Aschaffenburg bis nach Fulda erstreckt. Es gehören indes auch Exoten zu dem Kreis, wie Jungen berichtet. Dazu zähle ein großes internationales Unternehmen aus der Lebensmittelbranche. In diesem Jahr werde Polaris die Eine-Million-Euro-Umsatz-Marke knacken, sagt der Geschäftsführer.

Jungen hatte er in einer Kneipe in Gießen kennengelernt, in der beide während des Studiums jobbten. Gemeinsam mit Michael Palm, dem heutigen Designchef von Polaris und Absolventen der Hochschule für Gestaltung in Offenbach, gründeten sie Anfang 2009 die Firma. Zunächst als Mini GmbH. Da die Geschäfte so gut liefen, habe Polaris vor zwei Wochen die Unterlagen für die Umfirmierung in



Ein Teil des Polaris-Teams (von links unten im Uhrzeigersinn): Kerstin Zulauf (Expertin für Markenaufbau), Payam Pirghaibi (Programmierer), Helge Kibbert (Google-Spezialist), Michael Palm (Designchef), Sanan Jafan (Fotograf), Stefanie Nold (Redakteurin), Dana Junghanß (Designerin), Lena Burgraff (Social-Media-Spezialistin) und Andrea Trott (Designerin). Im Hintergrund ist eine von Polaris entworfene Homepage zu sehen. Foto: Polaris

eine reguläre GmbH abgegeben, berichtet Jungen. Wahlers ist für den Vertrieb zuständig. Aufgrund seiner Erfahrungen sagt er: „Es gibt viel Passion im örtlichen Mittelstand.“ Der Internetauftritt zahlreicher Firmen werde dem aber nicht gerecht. „Das ist so schade“, erklärt Wahlers. „Die Leute sind besser, als das, was sie ausstrahlen.“ Eine Analyse von Jungen und seinen Kollegen sorgt dafür, dass sich dies ändert. Der Schweizer, der seine Doktorarbeit im Fachbereich verhaltenswissenschaftliches Marketing geschrieben hat, sagt: „Der erste Eindruck von einer Seite ist sehr wichtig.“ Innerhalb von zwei bis drei Sekunden erfolge beim Betrachter die sogenannte Kategorisierung. Von der Qualität der Seite schließe er auf die Qualität der angebotenen Leistungen. Deshalb müssten die Kernkompetenzen einer Firma auf der Homepage visuell gut dargestellt werden.

Die dort angebotenen Texte unterliegen einer Wahrheitsprüfung, erläutert der Wissenschaftler Jungen. Fotos würden hingegen nicht auf ihre Glaubwürdig-

keit hin überprüft. „Bilder sind ein Schuss ins Gehirn.“ Über sie würden Emotionen transportiert, erklärt Jungen. Es gebe keine Entscheidungen, beispielsweise für die Angebote eines Handwerkers, „ohne emotionale Beteiligung.“ Auch eine Kaufentscheidung werde zu 80 Prozent mit dem Bauch getroffen, fügt Wahlers hinzu. Deshalb achten die Experten von Polaris bei der Gestaltung der Internetauftritte von Kunden besonders auf Bilder, Farben und Formen. „Was sollen die Leute fühlen, wenn sie auf die Seite schauen?“, lautet eine der Fragen, die Jungen seinen Kunden stellt. Bei einem schlechten Gefühl gebe es keine Annäherung an das Angebot auf der Homepage.

Diese würden stets komplett neu gestaltet, berichtet der Jungunternehmer. Drei Vorschläge werden zunächst als Skizzen angeboten - „um die Grundidee zu visualisieren“. Erst nach der Entscheidung darüber wird am Rechner gearbeitet. Geht die Seite online, kann sich die Firma vier Jahre lang mit Wünschen an Polaris wenden. „Der Kunde

muss sich um nichts kümmern“, erläutert Wahlers. Das sei wie bei einer Flatrate, so Jungen. Auch die Kosten kann er in vier Tranchen abtrottern. Aber: „Wir sind nicht der Aldi bei den Preisen“, gibt Jungen zu bedenken. Natürlich konzentriert sich Polaris nicht ohne Grund auf kleine und mittelständische Unternehmen. „Auf dem Markt für Große tummeln sich schon viele“, weiß Wahlers. Bei den Mittelständlern „können wir den größten Qualitätssprung erreichen“, erklärt Jungen. Der Stellenwert eines guten Internetauftritts wird nach seinen Worten immer mehr Firmen bewusst. Schließlich werde „heute alles gegooglet“.

Da Wahlers und Jungen in Gießen arbeiteten, ist dort zurzeit noch der Firmensitz. Allerdings hatten sich die Gründer sofort für Offenbach als Designstandort entschieden. Hier gebe es kreatives Potenzial, berichtet Jungen. Deshalb werde der Firmensitz spätestens 2012 an den Main verlegt. „Vom Gefühl her sind wir schon eine Offenbacher Firma“, sagt Wahlers.

**NEWCOMER  
UNTERNEHMENS-  
GRÜNDER  
IN OFFENBACH  
NEWCOMER**