

## Internetauftritte

# Der Turm zu Babel im World Wide Web?

**Annika Siebert, von roggemann & siebert, Bielefeld, über Kreativität und Betriebswirtschaft bei der Gestaltung des Webauftritts.**

Die Zeichen in der Multimedia-Branche stehen weiterhin auf Sturm. Die Agenturen paddeln mit reduzierter Belegschaft gegen die Sparwellen der Unternehmen an und riskieren dabei waaghalsige Mann-über-Bord-Manöver, die so manchen kreativen Kopf erst wieder in den Fluren der Agentur für Arbeit auftauchen lässt.

Dennoch ist auch auf dem Meer der Marketingabteilungen mit Rückenwind zu rechnen, mit dem sich, nach kleinen Umbaumaßnahmen des alten Kahns, mit vollen Segeln der Markt der Werbung entern lässt; vorausgesetzt man spricht die gleiche Sprache.

Fragen und Zuhören sind die Hauptbestandteile, die Kreative mit den Unternehmen wieder zusammenbringen kann. Denn die vorhandene Trennung geht nicht alleine von leeren Werbebudgets aus.

Man tritt sicherlich kaum jemandem zu nahe, wenn man behauptet, dass die Kreativen mit den harten betriebswirtschaftlichen Strukturen eines Unternehmens wenig anfangen können, genauso wie den Marketingspezialisten die chaotischen Umstände eines kreativen Prozesses häufig zuwider sind und bei ihnen einen unprofessionellen Eindruck hinterlassen. Glücklicherweise ist derjenige, der wenigstens den Programmierern in seine so ganz eigene Welt folgen kann und mit Abkürzungen wie CSS, RSS oder Worten wie Blog und Frames etwas anzufangen weiß. Wie wir wissen, starb in diesem Kampf die Kreativität in der Werbung zuerst, und das obwohl durch etliche Studien wissenschaftlich belegt ist, dass kreative Werbung besser wirkt. Aber kaum ein Künstler, der sie produziert, kann sie auch verständlich verkaufen.

Immer häufiger sieht man daher Webauftritte kleinerer und größerer Unternehmen, die mit überhöhtem technischem Aufwand um Kunden buhlen sollen, das Unternehmen und ihr Corporate Design aber nur unterschwellig präsentieren. Offensichtlich wurde bei der Planung dieser Produkte deutlich aneinander vorbeigeredet und der kreative Teil völlig ausgespart. Nur weil ein Content Management System heute in aller



**Annika Siebert und Volker Roggemann: „Hervorragendes individuelles Design in Verbindung mit passgenauer Technik kann nur das Ergebnis eines ausführlichen logischen Dialogs sein“.**

Munde ist, muss es für ein Unternehmen noch lange keinen Sinn machen: Und eine eigene Wetterstation für einen Friseursalon übrigens auch nicht!

Ist die Zeit der Webvisitenkarte wirklich vorbei? Aus der Sicht der Multimedia-Agenturen sicherlich, doch das ist fatal.

Agenturen sollten es sich überlegen, weiterhin über einfache Webseiten mit etwa zehn Inhaltsseiten die Nase zu rümpfen und lieber keine statt kleine Aufträge anzunehmen, nur weil sie die Sprache der Betriebswissenschaftler in Sachen Budget nicht verstehen.

Sicherlich, gutes Design hat seinen Preis, und das soll auch so bleiben. Viele der sonstigen Tools, die eine Seite so richtig aufblähen können, kann man sich aber häufig sparen. Viele der 10.000-Euro-Webseiten sind mit unzusammenhängenden Animationen oder Gästebüchern überladen und im Hintergrund als redaktionelles System zusammenprogrammiert, dass man selbst das Firmenlogo nicht mehr erkennt. Da wurde deutlich an der falschen Stelle gespart.

Hervorragendes individuelles Design in Verbindung mit passgenauer Technik, die den Nagel auf den Kopf trifft und das Unternehmen genauso darstellt, wie es gesehen werden will, kann nur das Ergebnis eines ausführlichen logischen Dialogs zwischen Unternehmen und Kreativen sein, um das betriebswirtschaftliche Marketingssystem mit künstlerischer Hand für die Augen der Kunden aufzubereiten und zum „state of the art“ zu werden. ■

Weitere Informationen:  
[www.roggemannundsiebert.de](http://www.roggemannundsiebert.de)

## Zur Sache

### ■ „Wir sind Ihre EDV“

Die Palette der IT-Dienstleistungen ist so groß wie die Anzahl der Unternehmen, die Services, Hard- und Softwarelösungen anbieten. Aber: wer tut was? Und vor allem: Wer kann was? Welches Unternehmen bietet maßgeschneiderte Lösungen für mein Problem an? LANOS hat seine Leistungsfähigkeit auf eine einfache und verständliche Formel gebracht. Wir sagen: „Wir sind Ihre EDV“.



**Hans-Jürgen Fockel, Chef des Systemhauses LANOS in Schloß Holte-Stukenbrock**

Wir haben ganz einfach das, was wir für unsere Kunden schon jetzt erfolgreich tun und das, was wir für unsere Kunden darüber hinaus tun können, analysiert. DMS, ERP, Systemtechnik, SLA-Verträge, i-soft, VoIP, Fernwartung... Müssen Sie als unser Kunde Fachchinesisch verstehen? Nein, müssen Sie nicht.

Nur eines sollten Sie unbedingt wissen: LANOS ist kompetenter Ansprechpartner in allen Fragen rund um das Thema IT. Lanos entwickelt und installiert Lösungen, die individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Lanos macht Ihre EDV effektiv. Lanos übernimmt Aufgaben und bietet Services, die Ihr Unternehmen entlasten. Und Lanos berät sie kostenlos und unverbindlich – in allen Fragen, die Ihnen unter den Nägeln brennen.

„Wir sind Ihre EDV“ – für uns bedeutet das nicht nur, dass wir modernste Technik und neueste Entwicklungen zur Verfügung haben, um Ihnen IT-Lösungen anzubieten. Dieses „wir“ heißt auch – und das ist uns besonders wichtig – sie haben ein Team kompetenter Menschen an Ihrer Seite, denen Sie vertrauen können. Einen verlässlichen Partner, der Ihnen Arbeit abnimmt, damit Sie sich Ihren Geschäften widmen können – mit einem guten Gefühl und funktionierender, effektiver EDV im Hintergrund.