

# Website Check

Online-Trends: Zukunftsfähig sein und bleiben!

Derzeit stellen viele Tourismusbetriebe ihre Webseiten um oder lassen Sie neu gestalten. Die folgenden Tipps sollen Betrieben helfen, bei der Umstellung auf die wichtigen Punkte zu achten, um nicht auf falsche oder veraltete Technologien zu setzen – wie es in einer eben erst erstellten Studie in einer Tiroler Unterlandregion beobachtet wurde!

**Die wichtigsten Punkte haben wir hier zusammengefasst:**

- **Mobile Geräte und Ihre Auswirkungen: Full-responsive Technologie, Anfragen und Buchen**
- **Social Media auf der Website**
- **Flash Technologie und Ihre Tücken**
- **Bei Google gefunden werden**

Dies sind nur die allerwichtigsten Punkte. Für die Neuerstellung Ihres Internetauftrittes empfehlen wir aber in jedem Fall eine ausführliche Beratung bei einem unabhängigen Marketingexperten, denn logisch, jeder Webdesigner empfiehlt sein Produkt – ein unabhängiger Berater empfiehlt das optimale Produkt für Ihren Betrieb und denkt auch an die Verkaufs- und Vertriebswege: Das spart Nerven und Geld!

Mobile Endgeräte und Ihre Auswirkungen

Handys und Tablets statt Laptop und PC

Seit 2012 nimmt die Nutzung mobiler Endgeräte, wie Handys und vor allem Tablets, eine ernstzunehmende Größe ein. Abhängig von der Zielgruppe beträgt der Anteil mobiler Nutzung zwischen 35% und über 50%. Dieser Trend wird sich weiter verstärken und damit auch die Auswirkungen. Die Absprungraten mobiler Nutzer bei traditionellen Webseiten, die nicht über eine entsprechende Technologie verfügen, liegen nachweislich bei über 80%.

**Das heißt:**

**Traditionelle Webseiten ohne sogenannte Responsive-Technologie verlieren mehr als ein Drittel ihrer Nutzer!**

**Full-responsive**

Full-responsive heißt, dass sich Ihre Homepage automatisch an das Endgerät und die Bildschirmgröße anpasst. Die Darstellung der Seite ist für alle Endgeräte, PC, Laptop, Tablet und Handy sowohl Hochformat als Querformat immer optimal.

**Test 1:**

Auf der folgenden Seite können Sie die Darstellung Ihrer Website in den verschiedenen Endgeräten

(Auflösungen) testen: <http://www.responsivedesigntest.net>

Einfach im unteren Feld Ihre WWW-Adresse eingeben und schon sehen Sie ob sich Menü, Bildgrößen usw. anpassen.

### **Test 2:**

Öffnen Sie Ihre Homepage ganz normal in Ihrem Internet-Browser (Explorer, Chrome, usw.). Verkleinern Sie das Browserfenster und variieren Sie die Größe des Fensters.

Wenn sich die einzelnen Abschnitte, Texte, Bilder, Menüleisten je nach Größe des Fensters immer wieder neu anordnen, dann ist Ihre Seite auf dem aktuellen Stand.

## Mobile Endgeräte und kurzfristige Information bzw. Buchung

Der hohe Anteil mobiler Endgeräte führt zu einem weiteren unaufhaltsamen Trend: Die Urlaubsinformationen werden immer kurzfristiger eingeholt. Webcams, Live-Wetterberichte und Tourismusinformationen werden herangezogen um kurzfristig die Urlaubsdestination auszusuchen. Gebucht wird nun nicht mehr über die klassischen Kanäle sondern Online und immer öfter extrem kurzfristig – sprachen wir hier vor 5 Jahren noch von einigen Tagen, so sprechen wir heute zum Teil von wenigen Stunden!

**Wer die Onlinebuchung nicht in seine Website integriert verliert die Chance dieser kurzfristigen Buchungen zusehends!** Bauen Sie also die Anfragefunktion deutlich sichtbar (und am besten auf jeder Seite an der gleichen Stelle) in Ihre Website ein.

Zusätzlich sollten Sie den Besuchern Ihrer Website unbedingt die Möglichkeit zur Online-Buchung geben. Zahlreiche Möglichkeiten stehen Ihnen zur Verfügung. Wichtig ist, dass Sie online buchbar sind und dass die Buchbarkeit deutlich sichtbar auf der Seite erscheint!

Social Media ebenso vertrauenswürdig wie „persönliche Empfehlung“

Social Media wie Facebook und Twitter, insbesondere aber Bewertungsplattformen wie Holidaycheck, werden vom Nutzer als ebenso vertrauenswürdig eingestuft, wie dies früher bei der klassischen „Empfehlung von Bekannten und Freunden“ der Fall war.

**Fehlt ein eigener Socialmedia-Auftritt und die Integration der Social-Media-Inhalte in der eigenen Homepage, so ist die Buchungsrate nachweislich deutlich herabgesetzt.**

**Tipp 1:** Lassen Sie die Facebookinhalte direkt auf Ihrer Website anzeigen. Ihre Gäste, Freunde und natürlich Sie selbst posten in Facebook und generieren damit automatisch Inhalte für Ihre Website.

**Tipp 2:** Bauen Sie Inhalte Ihrer Bewertungsplattform (z.B. Holidaycheck) ein. Damit erzeugen Sie zusätzlichen Inhalt, haben Ihre Bewertungen im Blick und zeigen Ihren Gästen auch noch, dass Sie von anderen Gästen ganz hervorragend beurteilt werden.

Inhalt zählt – bei Google gefunden werden!

Google hat sich zur weltweit wichtigsten Suchmaschine entwickelt. Vor kurzem wurde die Suchtechnik bei Google umgestellt. Dies hat ganz deutlich Folgen für Ihre Website. Inhalt wird zum wichtigen Suchkriterium.

**Inhalte erzeugen (lassen):**

Sie werden wahrscheinlich sagen „Ich kann ja nicht jeden Tag neue Inhalte in meine Homepage einpflegen!“ und das ist sicher richtig. Aber Sie können täglich Inhalte übernehmen und zwar ohne sich täglich selbst darum zu kümmern.

**Tipp:** Nutzen Sie Schnittstellen. Viele Tourismusverbände geben wichtige Informationen, z.B. Veranstaltungen, Ausflugstipps, usw. gerne über eine sogenannte Schnittstelle frei. Gibt der TVB etwas Neues ein, mit einer Schnittstelle übernehmen Sie es automatisch in Ihren Internetauftritt.

**Und denken Sie an den zusätzlichen Inhalt über Facebook und Bewertungsplattformen!**

SEO - Suchmaschinenoptimierung Ihrer Webseite

Die richtigen Seitenbeschreibungen und Texte sind für den Google-Sucherfolg ebenfalls maßgeblich. Testen Sie selbst, ob Ihre Website auf dem aktuellen Stand ist:

**Seitentitel:** Fahren Sie mit dem Mauszeiger auf den „Reiter“ Ihres Internetbrowsers. Dort sollte dann eine Zeile mit einer passenden Beschreibung Ihrer Website erscheinen.

**Seitenbeschreibung & Keywords:** Die Seitenbeschreibung und die wichtigsten Schlüsselwörter sollten im Quelltext erscheinen. Klicken Sie dazu mit der rechten Maustaste auf eine freie Fläche auf Ihrer Website und wählen Sie „Seitenquelltext anzeigen“. Hier sollten Sie die Zeilen mit der Beschreibung finden!

**Bild Alternativtext:** Bilder werden immer häufiger ein Suchkriterium. Versehen Sie deshalb Ihre Bilder mit Titeln und sogenannten Alternativtexten. Fahren Sie mit dem Mauszeiger über die Bilder auf Ihrer Website. Wenn ein Text erscheint, dann sind die Alternativtexte eingegeben. Falls nicht sollten Sie dies nachholen.

**Real-URL:** Die Adresse Ihrer Webseite und speziell Ihrer Unterseiten soll „lesbar“ sein. Das heißt wenn Sie ein Unterseite (s. Beispiel WMP/Marketing) aufrufen, sollten Sie auch anhand der Internetadresse (der sogenannten URL) erkennen, was sich auf dieser Seite befindet. URLs mit kryptischen Zeichen werden von Google schlechter bewertet und führen somit auch zu schlechteren Suchergebnissen!

Flash – schlecht wenn der Blitz einschlägt!

Bildanimationen oder bewegte Elemente wurden in der Vergangenheit oftmals mit der sogenannten Flash-Technologie programmiert. Nutzer von Apple-Mobilgeräten (Iphone und Ipad) können diese Technologie auf ihren Geräten jedoch nicht darstellen. Das heißt Ihre Website wird fehlerhaft oder gar nicht dargestellt. Sie sollten also darauf achten, dass animierte Elemente kein Flash verwenden sondern mit anderen Programmiersprachen (z.B. Java) umgesetzt wurden.

**So testen Sie, ob Ihre Animation über Flash-Technologie erfolgt:**

Klicken Sie mit der rechten Maustaste auf die Animation. Finden Sie im grauen Feld den Eintrag „Info über Adobe Flash Player“, dann verwendet Ihre Animation Flash Technologie und sollte ausgetauscht werden.