

KMU-Studie Web

17.08.2007, 00:05 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *tagworx.net*



TAGWORX.NET

Für einen Großteil klein- und mittelständischer Unternehmen ist die eigene Homepage inzwischen so selbstverständlich wie der Eintrag im Telefonbuch. Die Internetpräsenz wird dabei überwiegend als digitale Visitenkarte genutzt. Kaum ein Unternehmen betreibt jedoch wirkliches Marketing und nutzt das Medium Internet als virtuellen Vertriebskanal. Gerade die Präsentationen kleinerer Dienstleistungsunternehmen und Handwerksbetriebe weisen insbesondere im Bereich Gestaltung und Bedienbarkeit erhebliche Defizite auf und hinken der allgemeinen Entwicklung meist um Jahre hinterher.

Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die TAGWORX.NET gemeinsam mit der Firma Haag Kommunikationsdesign und dem Büro für visuelle Kommunikation München durchgeführt hat.

Dabei wurden die Homepages von 250 willkürlich aus regionalen Anzeigenblättern und Telefonverzeichnissen ausgewählten klein- und mittelständischer Unternehmen begutachtet - um es vorweg zu nehmen, mit einem nicht gerade schmeichelhaften Ergebnis.

Bewertet wurde jeweils die Bedienbarkeit/Zugänglichkeit der Präsentationen aus dem Blickwinkel der avisierten Zielgruppen, die Auffindbarkeit der Seiten im Index der wichtigsten Suchmaschinen und Verzeichnisse, die technische Qualität der Seiten, die Qualität der optischen Präsentation sowie die Qualität der Texte. So fließen neben objektiven Messwerten wie die Einhaltung technischer Standards erstmals auch subjektive Kriterien wie Stil und Flüssigkeit redaktioneller Texte in die Bewertung einer Website ein.

Die Initiatoren der Studie kritisieren ganz konkret die mangelnde Qualität der bereitgestellten Informationen. "Wir mussten feststellen, dass - von einigen wenigen Ausnahmen abgesehen - der überwiegende Teil der begutachteten Seiten nicht über Amateurniveau hinauskommt", so Adelbert Ilg vom Büro für visuelle Kommunikation. "Klar ist, dass Besucher - und damit potentielle Kunden - kein Vertrauen in eine schlecht präsentierte Firma investieren. Und keinesfalls werden sie über mangelhafte Plattformen Produkte und Dienstleistungen einkaufen."

So sucht man auf der Seite eines Münchner Gerüstbauers vergeblich Preise und Konditionen, findet aber ein mit Kommentarspam gefülltes Gästebuch und das Wetter von morgen für die Weltstadt mit Herz. Und wie erwartet, war die Firma mit branchenrelevanten Schlüsselwörtern nicht über eine Suchmaschine zu finden. Ein bekannter Münchner Metzger offeriert auf 10 Seiten Informationen zu Firmenphilosophie und -Geschichte inklusive Familienfotos aus 4 Generationen, auf 2 weiteren Seiten die Geschichte des Metzgerhandwerks im Allgemeinen, eine Fotostrecke zu einem Firmenjubiläum, die detaillierte Beschreibung aller Mitarbeiter, Rezepte, ja sogar Videoclips stehen zum Download bereit. Die Öffnungszeiten der Ladenkette hingegen sucht man vergeblich.

"Bei einigen gewerblichen Website-Betreibern hat sich darüber hinaus noch immer nicht die Notwendigkeit einer rechtssicheren Anbieterkennzeichnung herumgesprochen - viele Kleinunternehmer riskieren so kostspielige

Abmahnungen." beobachtet Michael Schmidt vom Expertennetzwerk TAGWORX.NET.

Auch werden weiterhin frischfröhlich kopierte oder gescannte Stadtpläne als Anfahrtsskizzen veröffentlicht. Das fehlende Unrechtsbewusstsein ist dabei weniger auf Mutwillen zurückzuführen, sondern resultiert meist aus Unkenntnis gegenüber der aktuellen Rechtsprechung zum Thema Internet.

Aber TAGWORX.NET sieht auch die Internet-Dienstleister in der Pflicht, denn ein nicht unerheblicher Teil der überprüften Webpräsenzen wurde von gewerblichen Anbietern erstellt und eben nicht "vom Neffen des Meisters". "Da liegt einiges im Argen. Grobe handwerkliche Schnitzer sind nicht immer auf die Amateure in der Branche zurückzuführen. Nicht wenige Agenturen agieren auf dem technischen Stand der Jahrtausendwende." so Sergey Malyschew, Development-Guru bei TAGWORX.NET. Leider fehle vielen Kunden das technische Verständnis, um die Arbeiten der beauftragten Dienstleister objektiv beurteilen zu können.

"Die Besucher einer Website erwarten in kürzester Zeit und ohne viel Aufwand ein Maximum an Informationen", betont Adi Ilg vom Büro für visuelle Kommunikation. Seiten ohne schnellen Zugriff, ohne klare Gliederung, überladen mit Gimmicks und technischen Spielereien schrecken die Besucher ab und haben ganz schnell verloren. "Eine Unternehmenshomepage ist weder Spielwiese für Technikfreaks noch Selbstverwirklichungsplattform für Künstler. Die Besucher erkennen sehr schnell, ob die aufgerufene Seite einen realen Mehrwert bietet. Einmal enttäuscht kommen sie in den meisten Fällen nie wieder." Schließlich ist der Mitbewerber nur einen Klick weiter.

Die wichtigsten Zahlen zur Studie unter <http://www.tagworx.net/squib.php?cid=7>.

TAGWORX.NET

Herr Michael Schmidt
info@tagworx.net

Joergstraße 1
80689 München

Tel. 089 - 546 393 73
Fax: 089 - 546 393 74

<http://www.tagworx.net>

Über TAGWORX.NET

Portrait

TAGWORX.NET konzipiert und realisiert standardkonforme Webapplikationen. Die am Projekt beteiligten Fachleute verfügen über die Kompetenz und das Wissen, abseits vom Mainstream wirklich professionelle Lösungen zu entwickeln. Das Unternehmen sieht sich als Anlaufstelle für Usability/Accessibility, bietet ein umfangreiches Informations- und Leistungsangebot zum Thema Barrierefreiheit und fundiertes Wissen, wenn es darum geht, Unternehmenskommunikation mit neuen Technologien zukunftssicher zu orientieren.

News-ID: 152595 • Views: 4459 (Stand: 25.09.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/152595/KMU-Studie-Web.html>