

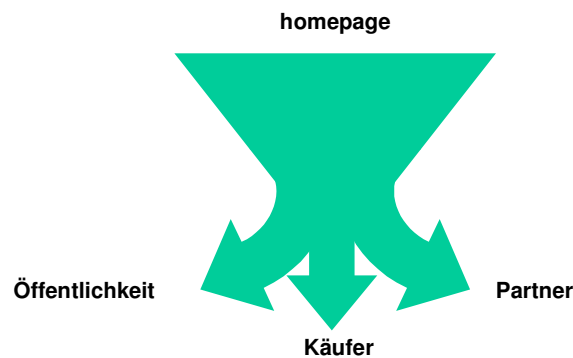
Führung

Wir haben uns für eine Art der Präsenz entschieden. Unabhängig davon, welche wir auch gewählt haben, stehen wir der Aufgabe gegenüber, die Besucherströme zu leiten und zu steuern. Nach dem Eingang in unseren Internet Auftritt differenzieren wir die Interessen der Besucher und führen sie dem entsprechend in unterschiedliche Räume. Das gilt allgemein für jede Form des Aufbaus. Wir spezialisieren unser Angebot nach Zielgruppen, nach Themen, nach Produkten, nach Wissensgebieten, oder allgemein nach Teilen der ganzheitlichen Präsenz. Die Teilung folgt aus dem Ganzen, d.h eine Unternehmenspräsenz teilen wir in Sparten, eine Kunden Community nach Zielgruppen, eine Wissensbasis nach Themen, usw.

Damit kanalisieren wir die Besucher und können uns besser auf die unterschiedlichen Präferenzen und ihre Berücksichtigung innerhalb unserer Präsenz einstellen.

Jeder Teile ist wieder ein Ganzes, auf das die nachfolgenden Prinzipien der Gestaltung angewendet werden.

Insgesamt bleibt das Bild der gesamten Internet Präsenz für den Besucher aber geschlossen und einheitlich. Er wird aufgenommen und zu seinem Interessengebiet geleitet. Wir spenden ihm den Nutzen, den er erwartet.



Die Steuerung der Besucherströme kann auf verschiedene Weisen erfolgen. Der einfache Weg ist, einen Wegweiser aufzustellen: „Wenn Sie ein Kooperationsinteressent sind, gehen Sie in den Bereich – Partner“. Damit fühlt er sich bevormundet und diese Anweisung ist den Möglichkeiten des Internet auch nicht angemessen. Die wirkungsvollen Steuerungen sind subtiler. Uns steht ein breites Instrumentarium von Varianten zur Verfügung, die wir aus dem Angebot des Mediums wählen. Unser Angebot gibt dem Besucher eine Hilfe, mit der er zu seinem Interessengebiet geleitet wird.

Wir haben eine grobe Struktur auf die Erwartungshaltung der Besucher gelegt. Treffen wir sie positiv, haben wir den Besucher eingefangen und zum Verbleiben motiviert. Wir haben die Präsenz harmonisch komponiert. Jetzt befassen wir uns damit, wie der User durch die Internet Seiten geführt wird. Wir schaffen die Voraussetzungen, unter denen unsere Botschaften angenommen werden. Der Besucher muss aufnahmebereit sein. Wie nach den bisherigen Analysen zu erwarten ist, wird er aufgeschlossen, wenn wir seine Erwartung treffen, mit denen er auf die site gekommen ist. Was rühren wir an, wenn er sich auf unsere Präsenz einlässt?

Geben wir dem Besucher die *Orientierung*, die er sucht? Oder ist er deshalb gar nicht gekommen. Will er viel lieber *motiviert* werden, sucht er einen Anreiz, eine Abwechslung, Entertainment? Ist unser Angebot überhaupt auf solche Ziele ausgerichtet, oder müssen wir nicht vielmehr eine Sicherheit aufbauen und *Vertrauen* stärken.

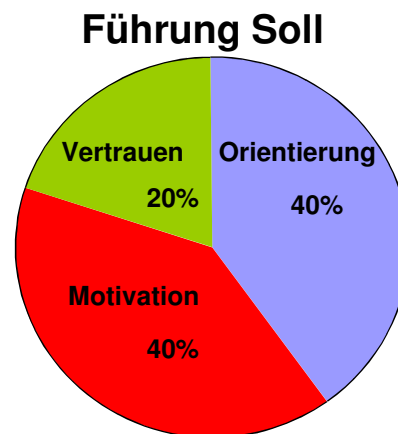
Wir haben zu klären, wie die Besucher aus den Zielgruppen in separate Teilbereiche der Präsenz gelotst werden. Die Führung kann grafisch aufgebaut sein, mit einem hohen Anteil an

Interaktion, oder sachlich als reine Textlinks. Sie kann sich auf Themen beziehen, oder auf Zielgruppen.

Jedes Werkzeug hat eine eigene Wirkung auf die Struktur der Führung. An den Anfang stellen wir eine Sollkonzeption, die der CI des Unternehmens und dem Ziel der Internet Präsenz entspricht. In welcher Zusammensetzung wollen wir sachliche Orientierung bieten, den Besucher motivieren oder sein Vertrauen in das Unternehmen stärken. Das Ergebnis ist eine ganzheitliche Mischung.

Ein Brain Storming mit den Verantwortlichen ergibt eine Vorgabe für die Führung des Besuchers mit folgender Struktur:

Die Möglichkeiten für die Realisierung sind so vielfältig, dass sie den Rahmen dieser Kurzbeschreibung sprengen. Einige Beispiele als Platzhalter für viele Varianten mögen hier genügen: ein visueller Index, Worte der Unternehmensleitung, personalisierte Anmeldung, Zugang zu einem Forum, FAQ's, Bilder von Menschen, soziale Aktivitäten, Suchfenster, Gästebuch, Events,...



Jedes Werkzeug verschiebt die Zusammensetzung der Führungstriade. Ein Index verstärkt die emotionlose, sachliche Orientierung. Der persönliche Auftritt des Betreibers betont das Vertrauen. Bilder der Mitarbeiter motivieren und fördern die Vertrauensbasis. Eine Suche oder eine site map haben wiederum den sachlichen Anspruch: Wer sich schnell und effizient mit geringem Zeitverlust orientieren will, der benutze die Datenbank.

In der Phase der Konzeption wählen wir aber die Werkzeuge noch nicht aus. Das verstellt nur den Blick auf die grobe Zielrichtung. Zu diesem Zeitpunkt genügt es, einen Kreis in den besagten drei Farben aufzuteilen.