

Kategorie

- Kommunikation

Zielgruppe

- Bürgerinnen und Bürger
- Unternehmen

Projektphase

- Umsetzung
- Fortsetzung

Homepage



Quelle: SEAN GLADWELL / Getty Images

Was ist die Funktion einer Homepage?

Eine Homepage ist die digitale Visitenkarte eines Mobilitätsanbieters (oder seines Angebots). Sie bietet eine zentrale Schnittstelle, auf der alle relevanten Informationen bereitgestellt werden. Wichtig sind dabei die Informationen über das Mobilitätsangebot, z. B. eine digitale Fahrplanauskunft, die Darstellung des Streckennetzes oder eine detaillierte Vorstellung spezieller Mobilitätsangebote, wie das Anrufsammeltaxi. Zentral sind darüber hinaus Informationen zu Tarifen und Abonnements, aktuellen Themen und weiteren Services (z. B. das Fundbüro), möglich ist außerdem ein Webshop für Tickets.

Welche Vorteile bietet eine Homepage?

Die Homepage ist in der Regel die erste Anlaufstelle für Kundinnen und Kunden und wird daher als Standardangebot erwartet. Wenn Kundinnen und Kunden eine Frage haben, suchen sie häufig direkt im Internet, mit einer Homepage werden sie dort abgeholt, wo sie sich sowieso aufhalten. Die Homepage ist ein zentraler Bestandteil der digitalen Vermarktung des Angebotes und der Informationsbereitstellung. Auf ihr kann das eigene Angebot unter Einsatz verschiedener Medien (z. B. Videos) ansprechend beworben werden. Im Gegensatz zu anderen Kommunikationskanälen ergeben sich dabei keine Einschränkungen bei Form und Inhalt. Eine Homepage ist im Internet frei zugänglich und nicht auf bestimmte Zielgruppen beschränkt. Sobald eine Homepage gestaltet und im Internet freigeschaltet ist, kann diese zu jeder Zeit abgerufen werden.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Die Homepage sollte es den Besuchenden ermöglichen, sich einen breiten Überblick über das bestehende Angebot zu verschaffen und relevante Informationen selbst recherchieren zu können. Darüber hinaus sollten hier Ansprechpartner genannt werden, wenn Fragen bestehen oder weiterführende Informationen benötigt werden. Sprache und Gestaltung der Homepage sollten leicht verständlich und für alle Zielgruppen ansprechend gewählt werden. Es ist notwendig, die Inhalte der Homepage und dabei insbesondere die Fahrplandaten, regelmäßig zu aktualisieren und

Änderungen zeitnah zu kommunizieren.

Zuerst muss die Entscheidung getroffen werden, wie die Informationen aufbereitet werden sollen: Gibt es vielleicht bereits einen existierenden Internetauftritt, auf dem das Angebot sinnvoll vorgestellt werden kann? Denkbar ist etwa die Homepage der Kommune oder des Mobilitätsdienstleisters. Gibt es das nicht (etwa weil ein neu gegründeter Verein ein Mobilitätsangebot macht) oder würde die Zielgruppe die Information auf einer bestehenden Seite nicht vermuten/finden, lohnt sich die Erstellung einer neuen Seite speziell für das Angebot. Da eine Homepage professionell gestaltet werden sollte, kann die Beauftragung externer Dienstleister dafür sinnvoll sein. Möglich ist es aber auch, Webseiten-Baukästen (gibt es von verschiedenen Anbietern) zu verwenden, bei denen nicht die ganze Seite programmiert werden muss, sondern aus verschiedenen Vorlagen und Bausteinen ein individueller und professioneller Internetauftritt zusammengestellt werden kann. Es entstehen Kosten für die erstmalige Konzeption, Entwicklung und Erstellung der Webseite sowie für den laufenden Betrieb (z. B. Bereitstellung des Servers, CMS) und die Pflege der Inhalte.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Dass jede Institution und jede Person selbst Inhalte in das Internet stellen kann, macht Informationen sehr zugänglich, führt aber zu einem mitunter unübersichtlichen Informationsangebot. Für die Umsetzung ist es daher besonders wichtig, die eigene Homepage auffindbar zu machen. Dazu braucht die Homepage eine einfache und direkt verständliche Domain (die Adresse der Homepage), außerdem müssen alle relevanten Begriffe auf der Homepage genannt werden. Dazu zählen alle Schlagworte, die von der Zielgruppe in die Suchmaschine eingegeben werden könnten (z. B. Ortsname, Angebot wie Bürgerbus oder Anrufsammeltaxi, Haltestellen).

Allgemein gilt: Personen gelangen in der Regel durch eine Suche auf eine Internetseite. Wenn sie das Mobilitätsangebot noch gar nicht kennen, können sie es auch nicht suchen. Eine Homepage ist daher kein Selbstläufer und sollte in eine Kommunikations- und Marketingstrategie eingebettet sein. Bei bestimmten Zielgruppen kann es außerdem sein, dass nicht alle Kundinnen und Kunden Zugriff auf die Homepage besitzen und diese bedienen können (z. B. Seniorinnen und Senioren).

Weitere Hilfen zur Umsetzung (5)

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie
(<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie>)

Flyer (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/flyer>)

Kommunikation auf Fremdseiten (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kommunikation-auf-fremdseiten>)

Online-Werbung (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/online-werbung>)

Social-Media-Kanal (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/social-media-kanal>)

Publikationen zum Thema (1)

Mobilitätswende kommunizieren. Factsheet für Kommunen
(<https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/mobilitaetswende-kommunizieren-factsheet-fuer-kommunen>)

Weiterführende Informationen (1)

PR-Handbuch des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend [abgerufen am 13.08.2024].

Quellen (2)

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), 2020: PR-Handbuch für das Bundesprogramm "Demokratie leben!". 2. Auflage. Berlin.

René Klein, o. J.: Homepage erstellen in 8 einfachen Schritten. Zugriff: <https://www.fuer-gruender.de>
, Wachsen, Website erstellen [abgerufen am 13.08.2024].