

Neue Regeln

Schnell haben damals findige Unternehmen erkannt, wie sie Freiberuflern wie Anwälten und Ärzten eine Internetpräsenz verschaffen können. Inzwischen sind die Jahre ins Land gegangen und die kaum beachteten Auftritte im Internet mutieren mehr oder minder zu Karteileichen. Individualität, Profil und Aktualität ist gefragt.

Eine einfache wie geniale Geschäftsidee: Plattformen wie Anwaltsuchservice oder Zahnarzt Auskunft bieten ihren Klienten einen standardisierten Internetauftritt im Branchenverzeichnis für ein relativ kleines Geld an. Der Vertrieb ist in erster Linie gefragt – und erfolgreich. Standard ersetzt Gedanken. Freiberufler, die sich um Recht und Heilkunde kümmern wollen statt um Internetprogrammierung, sehen sich im Internet vertreten und haben der Pflicht Genüge getan. Zu tief verwurzelt scheint noch der Gedanke, es reiche, eine Kanzlei oder Praxis zu eröffnen, damit der Euro rollt.

Mit zunehmender Spezialisierung unter Rechtskundlern und Medizinern setzt ein Umdenken ein. Um diejenigen zu erreichen, für die die spezialisierten Dienstleistungen entwickelt und angeboten werden, reichen weder Einträge in Telefonbüchern noch in Branchenverzeichnissen. Auch dann nicht, wenn individualisierte Bildchen oder Texteinträge möglich sind. Eine nicht repräsentative Übersicht verrät, woran die Auftritte der Freiberufler im Internet krankeln. Schon die äußere Form verrät oft die Lustlosigkeit der Seitenbetreiber. Texte beschränken sich ebenso oft auf Stichwortsammlungen, die nach Möglichkeit auch noch aus einem Wust an Fachbegriffen zusammengewürfelt scheinen. Der einzige ausführliche Text findet sich regelmäßig im Impressum, wo darauf hingewiesen wird, dass der Betreiber sich von der Haftung für Verknüpfungen freispreche. Es möge sich jeder selbst überlegen, welcher Eindruck beim Besucher solcher Seiten entsteht. Hin und wieder finden sich auch wahllos angeordnete Fotos in unterschiedlicher Größe und Qualität, kommentarlos, steril, lieblos.

Wo früher zwischen mündlicher Empfehlung und erstem Kontakt nur die Terminvereinbarung lag, besucht der potenzielle Mandant oder Klient heute zunächst die Website – sofern vorhanden. Immer noch gilt: Der erste Eindruck entscheidet. „In jedem Manko liegt eine Chance“, weiß Dagmar Goller, Geschäftsführerin der Kölner Image-Agentur [to-be-liked](#). „Die Jahre der Experimente sind vorbei. Wer heute einen Internetauftritt realisieren will, kann auf Erfahrungswerte zurückgreifen.“ Aus Sicht der Imageberaterin spiegelt die erfolgreiche Website die Persönlichkeit des Unternehmens wider. Der Konflikt

liege dabei eher zwischen eigenem Empfinden und Anforderungen des Mainstreams. „Auch wenn der Klient glaubt, seine Zielgruppe bevorzuge eher eine große, gut lesbare Schrift, wird er sich überlegen müssen, ob er damit gegen den Trend schwimmen will“, sagt Goller. Demgegenüber steht eine Reihe von Kriterien, die mit Sicherheit zum Gelingen eines Internetauftritts beitragen. Wer nach dem Grundsatz handelt, dass Menschen sich am meisten für Menschen interessieren, kann auf der inhaltlichen Ebene kaum Fehler machen. Nicht Täuschen und Anonymisieren stehen im Vordergrund, sondern Transparenz lautet das Zauberwort. „Wer im Blickpunkt der Öffentlichkeit steht, darf sich auch sehen lassen“, weist die Imageberaterin aus Köln auf die Bedeutung des richtigen Bildmaterials hin.



Dagmar Goller und ihr Team beraten auch Freiberufler bei der Imageprofilierung.

Die richtige Lösung

Um zwischen Millionen anderer Internetseiten gefunden zu werden, ist neben der eingängigen, „selbst erklärenden“ Adresse die Grundregel der so genannten Suchmaschinenoptimierung (SEO – Maßnahmen, die taugen, die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen zu erleichtern) hilfreich: Ständig wechselnde Texte in ausreichender Länge sorgen dafür, dass der Internetauftritt von Suchmaschinen und noch wichtiger: von Menschen wahrgenommen wird.

Die genannten Kriterien allein reichen kaum aus, eine Website zum Erfolg zu führen. Aber fehlen sie, wird der Internetauftritt kaum in der Zielgruppe wahrgenommen werden. Die optimale Navigation, die ausreichende Bewerbung der Internetadresse und nicht zuletzt der Mehrwert, den die Site für den Besucher bringen soll, helfen dabei, Besucherzahlen und Verweildauer zu erhöhen. Die Individualität ergibt sich dabei fast von selbst.

Angesichts solcher Komplexität mag manch ein Freiberufler verzweifeln. Eine schier unübersichtliche Flut von Dienstleistern erschwert es zudem, die richtige Hilfe zu finden. Aber es lohnt sich, mit den Agenturen ins Gespräch zu kommen. Relativ schnell trennt sich dabei die Spreu vom Weizen. Ist die Agentur in der Lage, das gewünschte Design zu liefern, Fotomaterial zu erstellen, das die Menschen ins rechte Licht rückt und auch noch Texte zu erstellen, die andere Menschen gerne lesen, ist schon viel erreicht. Die Lösung, hier mit verschiedenen Agenturen zu arbeiten, ist ein zeitaufwändiges

und nur selten wirklich praktikables Vorhaben. Neben diesen „objektiven“ Leistungsmerkmalen sollte für den Freiberufler aber ein ganz anderes Argument ausschlaggebend sein. Die Frage, ob die berühmte Chemie zwischen den Beteiligten stimmt, ist ungleich wichtiger als das auffälligste Design. Denn der Internetauftritt muss gepflegt werden. Das bedeutet, wenn alles gut läuft, eine jahrelange Zusammenarbeit. Und die macht einfach mehr Spaß, wenn dabei auch einmal gelacht werden darf.

Das Geschäftsmodell der Branchenverzeichnisse wird sich vielleicht noch eine Zeit lang halten, weil es immer noch viele Freiberufler gibt, die an der Wirksamkeit einer eigenen Website zweifeln. Zukunft hat das Modell nicht.

Michael S. Zerban, 26.4.2010