

## Checkliste

MODUL Sympathie auf den ersten Klick

### 12 Gründe, warum Menschen eine Webseite schnell wieder verlassen – und wie du das verhinderst



#### Sicherheitsbedenken

Warnhinweise wie „Diese Seite ist nicht sicher“ oder „Verbindung nicht verschlüsselt“ schrecken ab. Prüfe deine Webseite regelmäßig und gib Warnhinweise unverzüglich an den Webmaster deiner Organisation weiter oder Sorge als Solopreneur selbst für ein gültiges SSL-Zertifikat (<https://>).



#### Lange Ladezeiten

Nutzer:innen akzeptieren Ladezeiten von maximal 2 bis 3 Sekunden. Alles darüber erhöht die Absprungrate erheblich. Tools wie Google PageSpeed Insights helfen, die Ladezeit zu testen und zu optimieren.



#### Technische Störungen

Wenn Bilder oder andere Elemente (z.B. Videos, Formulare) nicht geladen oder fehlerhaft angezeigt werden, wirkt die Webseite unprofessionell. Prüfe deine Webseite mit allen Unterseiten regelmäßig. Am besten trägst du dir dafür einen festen Termin im Kalender ein.



#### Unzureichende mobile Optimierung

Mehr als die Hälfte der Nutzer surft mobil. Wenn deine Webseite auf Smartphones schlecht nutzbar ist – etwa weil Texte zu klein sind, Menüs schwer bedienbar oder Inhalte falsch dargestellt werden – wirkt das unprofessionell. Schau dir deine Webseite und alle Unterseiten regelmäßig auf dem Handy an.



#### Unübersichtliche Navigation

Finden Webseitenbesucher:innen nicht schnell, was sie suchen, springen sie ab. Hol dir Feedback von Menschen, die deine Webseite noch nicht kennen. Bitte sie darum, dass du ihnen beim Lesen der Webseite über die Schulter schauen kannst. (Das klappt auch sehr gut per Zoom). Lass sie frei erzählen und notiere deine Beobachtungen. Wie bewegen sie sich durch die Webseite? Finden sie intuitiv was sie suchen?

## BILDUNGSMENSCHEN MACHEN WERBUNG



### **Unklare Zielgruppenansprache**

Bin ich hier richtig? Ist das was für mich? Diese Fragen gehen den Besucher:innen (unbewusst) durch den Kopf, wenn sie das erste Mal auf deine Webseite kommen. Und diese Fragen sollen Texte, Bilder und Gestaltungselemente beantworten. Bitte Menschen aus deiner Zielgruppe unbedingt um Feedback. Frage sie, wodurch sie sich angesprochen fühlen (würden).



### **Veraltetes Webdesign**

Ein altbackenes, behäbig wirkendes Design kann den Eindruck erwecken, dass das Angebot selbst nicht mehr aktuell ist. Selbst wenn deine Organisation einen engen Rahmen in puncto Webdesign vorgibt, mach das Beste daraus. Lass dich von guten Beispielen inspirieren.



### **Broken Links**

Wenn Links nicht mehr aktuell sind und zur 404-Fehlerseite führen, ist das frustrierend. Google straft solche Broken Links ab. Überprüfe daher regelmäßig alle Verlinkungen auf allen Unterseiten. Du kannst dir dabei von einem Tool helfen lassen – zum Beispiel von Dr. Link Check.



### **Texte aus der Retorte**

Unpersönliche, generische Inhalte können keine Verbindung erzeugen. Schreibe deine Webseitentexte im inneren Dialog mit deinen Teilnehmer:innen. Frage sie, wann immer möglich, warum sie Zeit, Energie und Geld in dein Bildungsangebot investieren. PS: Mit diesen Erkenntnissen kannst du auch ChatGPT füttern und zu besseren Ergebnissen kommen als dem KI-Einheitsbrei, der derzeit Webseiten überschwemmt.



### **Fehlende oder schwer zugängliche Kontaktinformationen**

Bildung ist ein Vertrauensgut. Mach es Menschen so leicht wie möglich, Kontakt aufzunehmen. Lass sie wissen, wer hinter dem Angebot steht – mit Bild und Namen.



### **Keine Interaktivität**

Eine Webseite sollte zum Weiterlesen animieren und zur Handlung auffordern (z.B. durch weiterführende Links, Quizze, Videos, Downloads, Infomaterial anfordern). Überprüfe deine Webseite auf (vergebene) Möglichkeiten, die Webseitenbesucher:innen zu aktivieren.



### **Störende Popups**

Gut platziert, erzeugen Popups Aufmerksamkeit und aktivieren Webseitenbesucher:innen. Zu viel, zu schnell zu bunt stört hingegen. Setze Popups sparsam und gezielt ein.