

„Dritter Homepage-Check in der Wohnungswirtschaft“

2017/2018

Bedeutung des Internets

Das Internet nimmt in der Unternehmenskommunikation einen ständig wachsenden Stellenwert ein. Nach Angaben der ARD-/ZDF-Onlinestudie nutzten im Jahr 2016 rund 84 % der Bundesbürger das Internet regelmäßig. Erstmals war dabei das Smartphone das meistgenutzte Gerät für den Internetzugang, noch vor dem Laptop. Im letzten Jahr verbrachten die Deutschen 2:08 Stunden online. Dies ist ein Zuwachs von 20 Minuten gegenüber dem Vorjahr. Im Internet trifft der Nutzer auf mehr als eine Milliarde Webseiten. Auch die Homepage eines Wohnungsunternehmens ist für nahezu alle Nutzer zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Die Website fungiert deshalb mehr und mehr als Visitenkarte des Wohnungsunternehmens – hier entwickelt sich oftmals der erste Kontakt zwischen Anbieter und Nachfrager. Die zunehmende Digitalisierung und die Entwicklungen im Bereich Social Media machen die eigene Homepage zu einem zentralen Kommunikations- und Vertriebsinstrument.

Auch innerhalb der Wohnungswirtschaft hat sich der Wettbewerb inzwischen deutlich verschärft und es sind bei der Gestaltung der eigenen Homepage wesentliche Kriterien zu beachten. Auch als Nutzer ist es inzwischen immer schwieriger geworden, bei der Fülle an Informationen den Überblick zu behalten. Für die Orientierung im Netz spielen Suchmaschinen wie z. B. Google eine zentrale Rolle, d. h. für Webseitenbetreiber sind gute Rankings bei den Suchmaschinen wiederum ein wichtiger Faktor, um den Internet-User auf sich aufmerksam zu machen.

Webseitenbetreiber müssen zahlreiche Anforderungen erfüllen, um im Wettbewerb konkurrenzfähig zu bleiben. Internetseiten sollten deshalb in regelmäßigen Abständen geprüft und aktualisiert werden, da die Homepage-Inhalte, der Aufbau und das Design einem ständigen Wandel unterliegen. Darüber hinaus gibt es auch im Bereich Webdesign ständig wechselnde Trends, die Seiten aus den frühen Jahren des Internets schnell "alt aussehen" lassen.

Homepagecheck

Seit dem Jahr 2015 hat die Hochschule Darmstadt in Zusammenarbeit mit dem vdw Sachsen speziell für die Wohnungswirtschaft einen sog. „Homepage-Check“ entwickelt. Interessierte Wohnungsunternehmen können ihre Website kostenlos überprüfen lassen.

Im Rahmen des Homepage-Checks wird aus der Sicht eines Wohnungsbewerbers bzw. Mieters der Internetauftritt des Wohnungsunternehmens mit Schulnoten von 1 bis 6 bewertet. Der Homepage-Check prüft dabei zahlreiche praxisnahe Bewertungskriterien und liefert dem

Wohnungsunternehmen konkrete Hinweise, an welchen Stellen aus Marketing- und Vertriebsicht noch Optimierungsbedarf besteht.

Nach der erfolgreichen Durchführung des Homepage-Check 2015 wurden die Ergebnisse des Homepage-Checks 2016 am 15. März 2017 in Dresden vorgestellt. Bei der vom vdw Sachsen konzipierten Veranstaltung zu den Themen „Megatrend Digitalisierung und zweiter Homepage-Check der Wohnungswirtschaft“ wurden aktuelle Marketing-Themen nicht nur in der Theorie dargestellt, sondern auch an Praxisbeispielen erlebbar gemacht. Das Highlight der Veranstaltung war die Präsentation der Auswertung des „Homepage-Checks 2016“. Namhafte Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland hatten daran teilgenommen. Deren Homepages wurden anhand von wesentlichen Kriterien, die einen modernen Webauftritt charakterisieren, untersucht.

Prüfkriterien

Im Detail wurden die Bereiche **User Experience**, **Content** und **Content Management** kritisch analysiert.

Unter dem Begriff **User Experience** wird in der Regel das sogenannte „Nutzererlebnis“ verstanden. Dazu zählen beispielsweise Emotionen wie Spaß bei der Nutzung oder ein ansprechendes Design der Website. Das Nutzererlebnis kann deshalb sowohl als positiv als auch negativ wahrgenommen werden. Wesentliche Bestandteile des Nutzererlebnisses sind u. a. die Faktoren „**Feel**“, „**Look**“ und „**Usability**“.

Der Faktor „**Look**“ bezieht sich in erster Linie auf die Gestaltung und das Aussehen der Nutzeroberfläche, d. h. Aspekte wie Harmonie oder Stimmung sind sehr wichtig. Der Aspekt „**Feel**“ setzt dagegen die Reaktion der Homepage auf eine Interaktion voraus. Demzufolge sollte die Homepage auf eine Benutzerhandlung schnell reagieren. Ein Beispiel hierfür wäre das Anzeigen einer Sanduhr, während die Website noch lädt. Der Begriff „**Usability**“ bezieht sich auf die Benutzerfreundlichkeit. Im Grunde geht es hier um die Vereinbarkeit von Mensch und Maschine. Das Kriterium Usability ist äußerst wichtig für einen erfolgreichen Web-Auftritt. Nutzer einer Webseite zeigen häufig unterschiedliche Vorgehensweisen im Umgang mit dem Internet. Das kann zum einem am Alter liegen, zum anderen spielt auch die routinierte Handhabung mit dem Internet eine Rolle. Innerhalb des Homepage-Checks wurden dabei v. a. folgende Aspekte genauer untersucht:

- Erscheinungsbild der Website
- Responsive Design
- Struktur
- Kontaktmöglichkeiten
- Suchfunktionen
- Sortieren der Ergebnisse
- Anschauliche Bilder
- Merktzettel.

Der Bereich **Content** prüfte den Inhalt der Website, d. h. es wurden Bilder, Texte oder Daten überprüft. Dabei ist es besonders wichtig, die jeweilige Zielgruppe mittels des Inhalts der Internetseite anzusprechen. Zudem muss auf die Aktualität der Inhalte geachtet werden. Content sollte auf die Bedürfnisse der Nutzer ausgerichtet sein. Für Kunden ergibt sich dadurch ein ganzheitliches, in sich schlüssiges Bild des Unternehmens. Dazu ist es sinnvoll, Informationen über die Kunden in Erfahrung zu bringen. Die Zielgruppenrecherche kann unter anderem durch Befragungen, Kundenservice, Keyword-Recherchen oder Marktstudien erfolgen. Ebenfalls von großer Relevanz ist es, sich von Beginn an Gedanken über die Zielsetzung zu machen, um die Content-Aktivitäten danach auszurichten. Eine laufende Optimierung des Website-Contents spielt bei der Umsetzung von Content-Strategien eine wesentliche Rolle. Nach der Festlegung der Content-Strategie beginnt im Rahmen des Content-Marketings die Umsetzung der strategischen Überlegungen. Ist die Planung der Content-Maßnahmen abgeschlossen, können schließlich die Inhalte der Homepage erstellt und bekannt gemacht werden. Im Einzelnen wurden unter der Rubrik Content folgende Kriterien überprüft:

- Aktualität
- Zielgruppenspezifische Angebote
- Miet- und Kaufangebote
- Verbindung zu Social Media
- Zusatzleistungen
- Informationen zu Wohnobjekten.

Als dritter Aspekt wurde das sog. **Content Management** überprüft. Stark vereinfacht, kann das Content Management als Prozess verstanden werden, bei dem es um die Organisation und Verteilung der kreierten Inhalte und Informationen geht. Es dient dazu, Kontrolle zu gewinnen und die Funktionalität zu gewährleisten. Dies geschieht in der Praxis über Redaktionssysteme, sog. Content Management Systeme (CMS). Mittels dieser Systeme kann eine Trennung zwischen dem Inhalt und der Struktur, dem Erscheinungsbild sowie der technischen Basis einer Webseite vorgenommen werden. Im Bereich Content Management wurden folgende Aspekte überprüft:

- Suchmaschinenoptimierung
- Sicherheitslücken und Datenschutz
- Programmierfehler
- Ladezeit.

Ergebnisse

Das Gesamtranking der Untersuchung ergab sich aus den Ergebnissen der einzelnen Bereiche User Experience, Content und Content Management. Der Bereich User Experience wurde in der Gesamtbewertung allerdings doppelt bewertet, da dieser für den Homepage-Check am bedeutendsten erscheint und die Erfahrungen und das Erlebnis der einzelnen

Nutzer mit der Homepage sehr wichtig sind. Dies sollte von den Webseitenbetreibern beachtet werden. Die Top 3 des Gesamtrankings 2016 waren:

1. Platz: ABG – Frankfurt Holding
2. **Platz: Wohnungsgesellschaft Freital mbH (vdw Sachsen)**
3. Platz: Propotsdam – WBG Potsdam.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass einige geprüfte Kriterien leider nur von wenigen getesteten Unternehmen erfüllt wurden. Hier sind beispielhaft die Punkte „Bilder von jedem Raum“ und „Chatfunktion“ zu nennen. Bei ersterem schneiden die Wohnungsunternehmen im Durchschnitt mangelhaft ab und die Funktion eines auf der Homepage integrierten Servicechats bot kein einziges Unternehmen an. Zudem waren die Ergebnisse bei den Content-Kriterien „Zielgruppenspezifisch“ und „Verbindung zu sozialen Medien“ enttäuschend. Hier besteht für viele Anbieter dringend Nachholbedarf. Dies gilt des Weiteren auch, wenn es um die sichere Datenübertragung mittels HTTPS geht, da die Mehrheit der Homepages diese Form der Datenverschlüsselung nicht verwendete.

Positiv fielen die Ergebnisse im Bereich „Responsive Design – Lesbarkeit auf verschiedenen Endgeräten“ (Durchschnittsnote 1,40) und bei „Sortieren der Ergebnisse/Filter“ (Durchschnittsnote 1,64) aus. Auch die Aktualität des Inhaltes sowie das Vorhandensein von entsprechenden Miet- bzw. Kaufangeboten wurden sehr gut bewertet. Alles in allem bewegten sich die Gesamtnoten der getesteten Webseiten in einem guten bis befriedigenden Bereich, wobei selbst die beste Homepage mit einer Gesamtnote von 2,15 noch etwas Luft nach oben hat.

Fazit

Der Homepage-Check bietet den teilnehmenden Wohnungsunternehmen eine gute Möglichkeit, ihr Auftreten im Netz weiter zu optimieren. Unternehmen, die relativ schlecht abschneiden, erhalten wichtige Argumente, um ihre Homepage neu zu überarbeiten. Aber selbst für Unternehmen, die bereits gut abgeschnitten haben, bedeutet dies nicht zwangsläufig, dass dies für immer so bleibt, denn die Anforderungen des Kunden an die digitale Visitenkarte verändern sich schnell. Will ein Unternehmen dauerhaft die Vorteile einer modernen und kundenorientierten Homepage nutzen, ist eine regelmäßige Analyse der Website unumgänglich. Nur so erfahren Sie, ob es neue Aspekte gibt, die Sie beachten sollten.

Sie wollen am „Dritten Homepage-Check in der Wohnungswirtschaft 2017/2018 mitmachen“?

Senden Sie uns einfach eine E-Mail an thesse@vdw-sachsen.de mit der zu untersuchenden Homepage, einen Ansprechpartner für Rückfragen und schon nehmen Sie teil.

Die Teilnahme ist kostenlos.

Die Auswertung findet wieder in Form einer Veranstaltung „Marketing by vdw Sachsen“ am 13. Juni 2018 statt.

Hinweis: Senden Sie uns bitte Ihre Teilnahme-E-Mail bis zum 29. September 2017.

Vielen Dank.

Kontakt

Dr. Thomas Hesse

Referent Marketing, Kommunikation & Bildung
vdw Sachsen Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft e. V.

Adresse: Weißeritzstraße 3, 01067 Dresden

Telefon: 0351 49177-17

Telefax: 0351 49177-11

Mobil: 0160 5381040

E-Mail: thesse@vdw-sachsen.de

Internet: www.vdw-sachsen.de