

Pyjamaparty im Internet

oder Gedanken über die vielen ungepflegten Websites

Stellen Sie sich vor, Sie lernen an einem Seminar jemanden kennen, mit dem sich sehr gute Gespräche entwickeln. Damit diese Gespräche eine Fortsetzung finden, lädt Sie Ihr neuer Bekannter zu Kaffee und Kuchen ein, am nächsten Samstag um 16 Uhr. Wunderbar – pünktlich stehen Sie vor der Tür mit einem kleinen Präsent in der Hand. Bevor Sie die Klingel finden, stolpern Sie über Skateboards, Rollschuhe, Trottinets und einen stinkenden, halboffenen Abfallsack. Familienalltag eben. Sie klingeln, warten, warten immer noch, werden unsicher, ob Sie sich im Termin geirrt haben, dann hören Sie ein Schlurfen. Die Tür öffnet sich und Ihr Bekannter steht in einem erstaunlichen Aufzug vor Ihnen: die Haare stehen ihm zu Berge, ein Dreitagebart spriest in seinem Gesicht und T-Shirt und Hosen erinnern an ein lumpiges Pyjama. Nun erfolgt doch ein herzlicher Empfang: Sie dürfen in die Wohnung eintreten. Das dortige Chaos mit nicht gewaschenem Geschirr in der Küche und liegen gelassenen Zeitungen überrascht Sie unterdessen schon gar nicht mehr.

Haben Sie die oben beschriebene Situation einmal erlebt? Eher nicht, denn bei uns gilt doch der Besucherkodex vom gepflegten Empfang. Warum dann diese Geschichte? Surfen Sie im Internet herum und besuchen Sie Websites von KMUs, von Organisationen oder Dienstleistungsbetrieben. Die meisten Websites treten mit einem langweiligen Layout auf, die Texte sind zu lang, die Navigation ist verwirrend, die Adresse irgendwo versteckt, grosse Industriemaschinen werden in Briefmarkengrösse abgebildet, verwackelte Fotos vom Firmenausflug zum besten gegeben, die Mitteilungen unter der Rubrik «News» sind zirka ein Jahr alt. Mich erstaunt es immer wieder, wie ungepflegt sich Schweizer Firmen im weltweiten, 24 Stunden im Betrieb stehenden Internet präsentieren. Die Firmen begrüßen ihre aus der ganzen Welt stammenden Besucher wie oben beschrieben: im Pyjama.

Dabei braucht ein sympathischer Empfang gar keinen so grossen Aufwand. Zähne putzen, Haare kämmen, ein sauberes Hemd und die neuen Jeans anziehen, kurz Ordnung machen im und ums Haus, lüften und noch frische Blumen vom Garten holen. Ein fröhliches Lachen und ein herzliches Hallo – und schon fühlen wir uns als Besucher wohl und freuen uns auf ein anregendes Gespräch.

Darum: Unternehmen und Organisationen brauchen keine Luxus-Kommunikation mit teuren Gags. Sie brauchen einen gepflegten und sauberen Kommunikationsauftritt, der zu ihnen passt und mit dem sie sich wohl fühlen – also ein kariertes Hemd statt einen Armani-Anzug. Sie brauchen einen Unternehmensauftritt, auf den sie stolz sind und an dem sie lange Freude haben. Dann spüren wir Besucher, dass dieses Unternehmen, diese Organisation etwas zu bieten hat, was uns interessiert.