



Zwischenräume

.HOTEL

Matteo Thun im Gespräch
Übernachten bei Piet Hein Eek

.SANITÄR

Transformation eines Heustadels
Ausstattung fürs Bad

.NACHHALTIGKEIT

Wohnen mit flexiblem Grundriss
Effiziente Erschließung

10-PUNKTE-PLAN FÜR IHREN ONLINEAUFTRITT MIT FORMAT

DIE WOW-WEBSITE

Hand aufs Herz: Ist das Design Ihrer Website so intuitiv und modern wie die Räume, die Sie kreieren? Macht Ihr Onlineauftritt den Leuten Laune? Oder klicken Nutzer sofort weg? Dann ist die Zeit reif für einen strukturierten Relaunch oder eine neue Präsenz.

Innenarchitektur und Architektur wirken sich positiv auf das Leben aus. Sie gelten als ästhetische, aber auch hochpreisige Branchen. Ergo verdienen Interessenten großartige Websites und Inhalte, die begeistern, überzeugen und Vertrauen schaffen. Sie werden empfohlen, also brauchen Sie das alles nicht? Falsch. Denn dann sollte Ihre Webpräsenz erst recht Qualität und Kompetenz ausstrahlen: Kunden werden sich ausführlich informieren wollen und Sie auch mit Ihren Wettbewerbern vergleichen.

DIGITALE VISITENKARTE

Die Dringlichkeit eines zeitgemäßen Auftritts scheint nicht ganz in der Branche angekommen zu sein. Katharina Benjamin, Architektin und Gründerin des Magazins Kontextur, sagt: „Ich bekomme jedes Mal die Krise, wenn ich 2022 noch immer auf Webseiten von Büros lande, die nicht responsive, also nicht für mobile Endgeräte optimiert sind. Ich empfehle, diese zu modernisieren und mit Bedacht zu pflegen. Sonst macht das keinen guten Eindruck auf potenzielle Bauherren.“ Eine stimmige Website ist das Fundament jeder Kommunikation und repräsentiert Sie

und Ihre Arbeit. Sie steigert Ihre Sichtbarkeit und fungiert als direkter Draht zu Ihren Kunden, der Öffentlichkeit und nicht zuletzt auch zu neuen Talenten.

ALLEIN ODER MIT PROFIS?

Die Wichtigkeit betont auch Annette Brunner, Innenarchitektin und im Vorstand der bayrischen Architektenkammer: „Das ist mein Schaufenster. Hier wird klar, welche Themen und Ziele ich als Unternehmerin habe. Mich unterstützt sie bei meinen Auftritten und Aktivitäten. Und sie dokumentiert, was ich schon alles geleistet und erreicht habe.“

Ob Sie für eine neue Website eine Agentur beauftragen oder diese selbst gestalten, ist eine Kosten- und Zeitfrage. Auf Basis von Wordpress oder anderen Baukästen können Sie durchaus ansprechende Websites selbst gestalten. Vergleichen Sie Preise und Leistung der Anbieter. Meine (geprüfte) Empfehlung ist Squarespace, das System überzeugt mit Funktionalitäten und Designs.

Das Schöne an der Webseitenoptimierung ist: Ein guter Onlineauftritt strahlt und wirkt über lokale Grenzen hinweg. Damit Ihnen das gelingt, rechts eine Checkliste. ←



Die neue Serie
„Aus der Praxis“
präsentiert

Hintergrundwissen,
das Ihnen jenseits
Ihrer Fachkompe-
tenz zum Erfolg
verhelfen wird.

Mehr unter:

[info.md-mag.com/
karriere](http://info.md-mag.com/karriere)

Flurfunk
md

„Funktionale Websites sind nichts Statisches, sie leben. Dafür brauchen sie **Pflege und regelmäßig neue Inhalte**“

AUF DIESE FAKTOREN SOLLTEN SIE ACHTEN

1. Funktionalität

Ist die Website für Tablet und Smartphone optimiert? Ist die Navigation intuitiv, finden Nutzer alle wichtigen Infos? Testen Sie das mal – am besten mithilfe von jemandem, der die Website nicht kennt.

2. Branding

Passt die Gestaltung noch zu Ihrer Marke, spricht sie die Zielgruppe an? Achten Sie auf Design und hochwertige Bilder. Mit Anbietern wie tinypng.com lassen sich hochaufgelöste Fotos ohne sichtbaren Qualitätsverlust komprimieren.

3. Schrift

Keine wilden Schriftmixe! Nutzen Sie höchstens zwei Fonts oder eine Schrifttype, die in Größe und Fettung variiert. Der Fließtext sollte zwischen 14 und 18 Punkt groß sein (Lesbarkeit), Headlines zwei- bis dreimal so groß.

4. Struktur

Gliedern Sie Texte in kompakte

Absätze (linksbündig). Das erhöht die Lesbarkeit und sieht besser aus als ein Textblock, der über die gesamte Breite läuft.

Spielen Sie mit Weißraum, Bildern und Schrift.

5. Tonalität

Schreiben Sie Texte verständlich, anschaulich und emotional. Es geht um Ihre fantastische Arbeit und positive Erlebnisse, nicht um einen Bauantrag! Stellen Sie Nutzer und ihre Bedürfnisse in den Fokus; weniger wir, mehr ihr.

6. Content

Bieten Sie Nutzern informative und inspirierende Inhalte, Projektbeschriebe allein sind zu wenig, erzählen Sie Stories, geben Sie Tipps.

7. Call To Action

Setzen Sie an verschiedenen Stellen einen Call To Action. Fordern Sie Nutzer charmant dazu auf, sich Projekte anzuschauen, Sie zu kontaktieren

oder einen Newsletter zu abonnieren.

8. SEO 1

Erster Step zur Suchmaschinenoptimierung sind Google Snippets. Der Title Tag (Seitentitel) enthält Ihre relevanten Keywords. Mit der Metabeschreibung fassen Sie den Inhalt Ihrer Website pointiert zusammen (max. 55 bzw. 150 Zeichen).

9. SEO 2

Auf die Startseite gehört Text, mindestens 200 Wörter, andernfalls wirkt sich das negativ auf Ihr Google-Ranking aus. Hier bieten Sie gleich das Wichtigste (Mission) an und kommen zur Sache. Verfassen Sie Überschriften in mindestens drei Hierarchien. Ein hilfreiches Tool ist: www.seobility.net

10. Aktualität

Bleiben Sie dran und aktualisieren Sie die Inhalte konstant.



Ute Latzke

ist Kommunikations-
expertin für die
Architekturbranche,
Autorin und
Bloggerin. Sie
konzipiert Texte für
Websites und
Fachmedien.
Als empathische
Komplizin hilft sie
ihren Kunden,
authentisch zu
kommunizieren und
digital sichtbar zu
werden.

www.utelatzke.com

Aus der Praxis: Frauen in Führungspositionen



Johanna Neves Pimenta
im Gespräch mit
Eva Boss, Gesellschafterin bkp GmbH in Düsseldorf

Liveübertragung
22. September 2022
10:00 Uhr
Teilnahme kostenlos
info.md-mag.com/flurfunk

Sponsoren

 **ambright ege** 