

Abstract: Fachbericht von netz98 zum „Teaser 2.0“ (ca. 2.560 Zeichen)

Teaser 2.0 – was die neue Teaser-Generation ausmacht

Das Wort Teaser kommt vom englischen Verb to tease, was so viel bedeutet wie reizen oder necken. Im Web haben Teaser eine ganz besondere Bedeutung: Neben der Suche und der Navigation stellen sie den dritten Haupteinstieg in die Inhalte eines Webauftritts dar. Im Gegensatz zum Einstieg über die Suche oder über die Navigation bietet ein gutes Teaser-Konzept jedoch Raum für Priorisierung – bestimmte Inhalte können ganz gezielt nach vorne geholt werden. Ein klassischer Teaser beinhaltet einen Hinweis und einen Link zu bestimmten Inhalten und Funktionalitäten. Meistens bestehen diese vier Teaser aus den vier Komponenten Headline, Text, Bild und Link. Die neue Generation – der Teaser 2.0 – zeichnet sich vor allem durch mehr Funktionalität und Interaktionsmöglichkeiten aus. Dem Website-Besucher werden nicht nur Mehrwerte kommuniziert, sondern direkt angeboten.

Der Teaser 2.0 kann verschiedene Formen haben. Der Teaser mit direkter Funktionalität etwa nimmt den grundsätzlichen Auftrag des Teasers wörtlich: Er bringt Funktionalität und Content nach vorne. Diese Teaser-Art kommuniziert eben nicht nur Aussagen wie „Hier finden Sie unseren innovativen Preisrechner“, um dann auf diesen zu verlinken, sondern macht die entsprechende Funktionalität direkt nutzbar. Die Vorteile: auf der einen Seite vermittelt diese Teaser-Art dem Nutzer sehr schnell und visuell einen Mehrwert, auf der anderen Seite können Website-Besucher die Funktion an sich schneller und einfacher finden und nutzen. Dabei muss gar nicht immer die komplette Funktionalität im Teaser abgebildet werden – oft reichen auch die ersten Schritte oder eine Essenz der wichtigsten Einzelfunktionalitäten. Dann sollte man den Teaser allerdings mit einem Link zum kompletten Modul versehen.

Eine weitere Ausprägung des Teaser 2.0 ist der Feed-Teaser. Die Bedeutung des Feed-Teasers ist eng an die Entwicklung von Social Media gekoppelt. Es geht darum, Inhalte über einen Feed direkt in den Teaser zu ziehen. Das macht besonders dann Sinn, wenn ein Unternehmen neben seinem Haupt-Auftritt im Internet noch anderweitig im Web aktiv ist, beispielsweise mit einem Blog oder einem Twitter-Account. Statt innerhalb des Teasers nur das Ziel zu kommunizieren – zum Beispiel „Hier geht es zu unserem Corporate-Blog“ – werden im Feed-Teaser die aktuellsten Inhalte automatisch dargestellt, etwa die Titel der neuesten Blog-Posts. Diese Teaser-Form bietet die im Web so wichtige Aktualität – und zwar ohne dass der Teaser selbst aktualisiert werden muss.

Den kompletten Bericht sowie weiteres Bildmaterial können Sie gerne anfordern unter info@moeller-horcher.de.