

# FAQ

Joachim Gerloff

## Wer, wie, was?

## FAQ-Seiten – SEO meets Usability

„Wieso, weshalb, warum? Wer nicht fragt, bleibt dumm!“ Weisheiten aus dem Kinderfernsehen gibt es reichliche, doch wer hätte gedacht, dass die Sesamstraße in der Suchmaschinenoptimierung weiterhelfen kann? Denn FAQ-Seiten greifen genau dort, wo das Lied des Fernsehklassikers anfängt – bei offenen Fragen Ihrer Besucher auf der Website. Dienstleister und Online-Shops, die bisher auf die Frequently Asked Questions verzichtet haben, sollten ernsthaft darüber nachdenken, ob dies nicht genau die richtige Maßnahme wäre. Sie geben der Internetpräsenz einen guten Schub in Sachen Suchmaschinenoptimierung und Usability.

FAQ-Seiten gehören inzwischen zu den alt-eingesessenen Bewohnern der Online-Marketing-Welt, doch werden sie bei vielen Unternehmen immer noch nicht eingesetzt. Die Ausreden sind vielfältig: Es fehle die Zeit, der Versandprozess im Shop werfe ohnehin keine ungeklärten Fragen auf oder die Website habe keinen Platz für einen solchen Bereich. In Sachen Usability und SEO gehören FAQs jedoch zu äußerst effektiven Marketing-Maßnahmen und sind extrem leicht umzusetzen. Auch mit einfachen Mitteln kann der User an die Hand genommen werden und so ein erfolgreicher Abschluss zustande kommen. Geringere Absprungraten, eine vereinfachte E-Mail-Kommunikation sowie bessere oder gar zusätzliche Rankings sind äußerst verlockend!

### Was ist dieses FAQ?

FAQ steht für „Frequently Asked Questions“ – also häufig gestellte Fragen – die auf einer Zielseite gesammelt und beantwortet werden. Sinn einer solchen Seite ist es in erster Linie, dem User wichtige Informationen auf einen Blick bereitzustellen, sodass dieser nicht durch unzählige Klicks danach suchen muss. FAQ-Seiten sollten ein wesentlicher Bestandteil einer Webseite sein und sind auf verschiedene Branchen übertragbar. Angefangen von einer Frage-Antwort-Seite in einem Online-Shop, die den Bestellprozess oder den Produktkatalog näher beschreibt, über Verhaltensregeln in einem Blog bis hin zur FAQ-Seite einer Unternehmens-Website: Fragen gibt es überall und der Besucher sollte entsprechende Antworten schnell und einfach finden. Benötigt wird ein

#### DER AUTOR



**Joachim Gerloff** ist Online-Redakteur und Texter bei der Full-Service-Internet-Agentur „NEXUS Netsoft GmbH“ bei Düsseldorf. Zudem berät er Kunden im Bereich SEO und Online-PR.

Foto: iStockphoto/Stockphoto.de

**Service bei OTTO**

- Lieferung & Rücksendung
- Bezahlung
- Kontakt
- Installation & Aufbau
- Mitnahme & Entsorgung
- Garantie & Reparatur
- Beratung
- Bestellung
- OTTO Mobile
- FAQs**
- Über uns
- AGB
- Impressum
- Provision verdienen
- Andere Verkäufer bei OTTO

## FAQs

▼ Wie hoch sind die Versandkosten?

Wir berechnen unabhängig vom Bestellwert je Bestellung und Lieferanschrift eine geringe Versandkostenpauschale in Höhe von 5,95€ bei einer Pakettlieferung bzw. 29,95€ bei einer Speditionslieferung.

Für die 24-Stunden-Lieferung fallen zusätzlich zu den Versandkosten Aufschläge an: 9,95€ bei einer Pakettlieferung bzw. 19,95€ bei einer Speditionslieferung. Detaillierte Informationen zu unseren Versandkosten finden Sie auf der Seite [Lieferung & Rücksendung](#).

- ▶ Wo und wie kann ich OTTO Kataloge bestellen?
- ▶ Ich möchte meine Bestellung stornieren.
- ▶ Wann wird mein Artikel geliefert? / Kann mein Artikel geliefert werden?
- ▶ Liefern Sie auch ins Ausland?
- ▶ Meine Warengutscheine sind / Mein Guthaben ist auf meiner Rechnung nicht aufgeführt.
- ▶ Wie werde ich Kunde bei OTTO?
- ▶ Wie melde ich mich bei "Mein Konto" an?
- ▶ Mein Name/Meine Anschrift hat sich geändert.
- ▶ Kann ich meine Kontodaten und Bestelldaten einsehen?
- ▶ Was passiert mit Guthaben auf meinem Kundenkonto?
- ▶ Kann ich Ware zurücksenden und wer trägt die Kosten?

Abb. 1: Übersichtlich und informativ: Die FAQ-Seite im OTTO-Online-Shop

FAQ-Bereich nicht immer – das soll an dieser Stelle festgehalten werden – doch wenn ein Unternehmen etwas verkauft, eine Dienstleistung anbietet oder Informationen zu einem Thema liefert, sind sie allemal empfehlenswert.

## Die FAQ-Seite in Online-Shops

Speziell in Online-Shops sind die FAQs eine gute Möglichkeit, um sich die tägliche Arbeit als Shopbetreiber zu erleichtern. Insbesondere im Online-Handel kommt es vor, dass sich täglich unzählige E-Mails im Posteingang befinden, die sich auf ein spezielles Produkt, die Versandkosten oder den Bestellablauf beziehen. „Ist der Sneaker auch in Größe 47 erhältlich?“ oder „Wie hoch sind die Versandkosten?“ könnten Anfragen von potenziellen Kunden lauten. Die Kommunikation per E-Mail ist zwar ein äußerst positives Zeichen, denn wenn der Benutzer sich schon die Mühe macht, Ihnen eine Nachricht zu schreiben, besteht offensichtliches Interesse am Produkt.

Abb. 2: Im Conrad-Online-Shop ist der FAQ-Bereich zentral in der vertikalen Navigationsleiste positioniert

Mühe ist hier jedoch das entscheidende Schlagwort. Angesichts der großen Konkurrenz im Internet ist die Wahrscheinlichkeit nicht gerade gering, dass der Interessent abspringt und einen anderen Anbieter auswählt, wenn er die Antwort auf seine Frage nicht im Shop findet. Außerdem stellt die große Anzahl an Wettbewerbern im Online-Business eine zusätzliche Gefahr dar. Muss der User zu lange auf eine Antwort seitens des Shopbetreibers warten, wird womöglich ein ande-

rer Shop gewählt.

FAQ-Seiten sollten entsprechend prominent angeteasert beziehungsweise auf der Website platziert werden, damit der User im Idealfall direkt beim ersten Besuch erkennt, dass der Online-Shop auf offene Kommunikation setzt. Eine sehr gute Möglichkeit ist hier die Einbindung in die Kopf- oder Fußnavigation (Header und Footer), sodass die FAQs von jeder Seite aus erreichbar sind. Aber auch die Integration einer „Fragen & Antwort-

ten“-Seite an einer anderen Stelle ist denkbar, solange diese präsent für den Kunden ist.

Eine gute FAQ-Seite im Online-Shop hat einen nennenswerten Vorteil für den Betreiber. Die vielen Mails von Kunden mit immer wieder den gleichen Fragen werden vermieden. Das bedeutet eine Zeitersparnis. Entscheidender ist jedoch der positive Effekt für den Interessenten. Er erhält auf einen Blick die Antworten auf seine Fragen, was ihm die Kaufentscheidung erheblich erleichtert.

## Auch auf der Website unverzichtbar

Die bunte Welt des Internets besteht jedoch nicht nur aus Online-Shops. Unzählige Websites, auf denen Unternehmen Dienstleistungen offerieren, gehören ebenfalls zur Tagesordnung. Gemeinsam haben sie, dass deren Betreiber etwas an den Mann bringen wollen. Entsprechend sollten auf „normalen“ Internetpräsenzen, falls diese potenzielle Fragen aufwerfen könnten, FAQ-Seiten integriert werden.

Regionale Anbieter, wie zum Beispiel Handwerksbetriebe, können auf diese Weise Anfragen abfangen, die sich auf die Durchführung der Dienstleistung außerhalb des Einzugsgebiets beziehen. Auch deutschlandweit agierende Unternehmen können mit FAQs klarstellen, wie sie von einem Standort aus bestimmte Leistungen in der gesamten Republik anbieten können. Das Vertrauen, das dadurch aufgebaut wird, ist enorm wichtig und kann den Interessenten an das Unternehmen binden.

Auf einer Internetpräsenz ist die FAQ-Seite im Gegensatz zu einem Online-Shop nicht immer ein Must-have, vor allem wenn es sich dabei um relativ überschaubare Websites handelt. Hier muss der Kosten-Nutzen-Faktor genau betrachtet werden, da der

**Kurierdienst**  
Sonderfahrten  
Spedition  
Referenzen  
Kundenbewertungen  
Test-Angebot  
Green Logistics  
Unser Team  
Jobs  
Kontakt  
Vokabeltrainer  
Downloads  
FAQs

**FAQs - Kurierdienst und Spedition**

Ihre Fragen und unsere Antworten zum Thema: Kurierdienst und Spedition.

Sie möchten noch mehr von uns wissen? Dann zögern Sie bitte nicht und rufen uns einfach spontan an:

**+49 (0) 2361 93 84 5-0**

Frage: Recklinghausen? Wie wollen Sie meine Ware (in ganz Deutschland und Europa) kurzfristig abholen?

Antwort: Tatsächlich fahren die meisten **Nahverkehrs** Caddy's und Busse im Raum Dortmund, Unna, Hagen bis Bochum, Gelsenkirchen und Essen.

Im **Fernverkehr** (>200km) setzen wir geprüfte "Rückläufer" und unser großes Netzwerk ein - so sind wir stets **in Ihrer Nähe**.

Frage: Sonderfahrten sind teuer! Oder?

Antwort: Tatsächlich können Sonder- und Kurierfahrten sogar günstiger sein, als Stückgut-Transporte!

Wie das geht, erfahren Sie von **Menschen, die sich für Ihr Anliegen Zeit nehmen!**

Frage: Gibt es eine Preisliste?

Antwort: Ja, bei Schabauer gibt es eine **sprechende Preisliste!** Menschlich, kompetent und stets für Sie erreichbar!

Abb. 3: Der Kurierdienst aus Recklinghausen nutzt die FAQ-Seite, um seine Kunden über Preise und den exakten Ablauf der Transporte zu informieren

**Düsseldorf Airport DUS**

English | Nederlands | Kontakt | FAQ | Newsletter | Suche

Value Card

Abflug & Ankunft | Anreise & Parken | Passagiere & Gäste | Business to Business | Konzern & Karriere

Hilfe zu folgenden Themen:

- Fliegen
- Anreise
- Parken
- Sonstige

**Fliegen**

Wie finde ich den richtigen Check-in-Schalter?  
Sie können sich entweder tagesaktuell in unserem Internet unter **Abflug** informieren. Den richtigen Check-in-Schalter zu Ihrem Flug finden Sie dort bei den Detailinfos zu Ihrer Flugnummer.  
Oder Sie schauen im Terminal auf einen unserer zahlreichen Fluginformationsmonitore.

Kann ich bereits am Vorabend einchecken?  
Viele Airlines bieten das so genannte Late-Night Check-in an. Der Service ist kostenlos. Wann und wo Sie bei welcher Airline bereits am Vorabend Ihr Gepäck abgeben können, sehen Sie unter **Late-Night-Check-in**.

Kann ich Gepäck aufbewahren lassen?  
Info Art von Gepäck, vom Wollmantel zum Eishockeischutzhelm, hier zum Flughafen

**Nützliche Links**

Reisemarkt am Airport  
Deutschlands größtes Reisebüro finden Sie am Flughafen Düsseldorf. Hier erwarten Sie täglich über 60 Reisebüros mit tollen Angeboten.  
[mehr](#)

Abb. 4: Der Flughafen Düsseldorf arbeitet sehr gut mit internen Verlinkungen zur Steigerung der Usability

Betreiber Zeit investieren muss, um die Fragen beziehungsweise die Antworten darauf aufzuarbeiten und online zu stellen. Dennoch kann eine FAQ-Seite auf keinen Fall schaden. Für die Suchmaschinen-Crawler stellt eine solche Seite nur einen zusätzlichen Input an Content dar – was der Website nur zugutekommen kann.

## Den User an die Hand nehmen

Die Benutzerführung ist ein wichtiges Kriterium für Erfolg und Scheitern einer Website. Muss der User sich

durch etliche Seiten quälen, um an gewünschte Informationen zu kommen, oder ist die Navigation einer Internetpräsenz unlogisch beziehungsweise nutzerunfreundlich aufgebaut, kann dies zum vorzeitigen Verlassen führen – sprich keine Conversion. Die eigene Website beziehungsweise seinen Shop unter dem Gesichtspunkt der Usability kritisch zu betrachten, ist enorm wichtig. Eine FAQ-Seite kann hier eine Bereicherung für die Website sein. Wenn vermehrt Anfragen zum Bestellprozess, zu Produkten oder Dienstleistungen eintreffen, ist dies

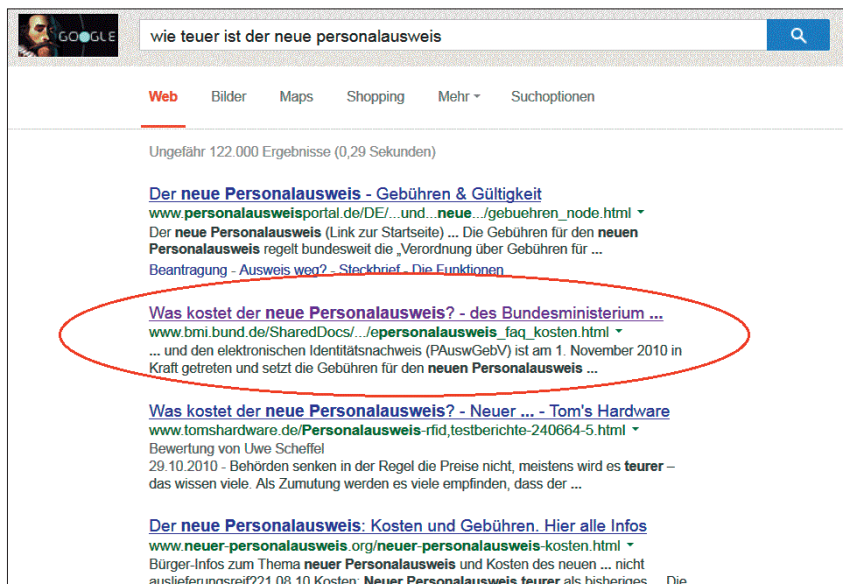


Abb. 5.: Das Bundesministerium des Inneren wird direkt auf Position zwei mit einer FAQ-Seite vorgeschlagen

ein Hinweis, dass die Usability nicht die beste ist.

Es ist wichtig, den User an die Hand zu nehmen und ihm einen logischen Aufbau der Website zu präsentieren. Psychologisch gesehen ist es ein guter Schachzug, die FAQ-Seite als festen Bestandteil im Seitenbaum einzubauen, da der User diese Tradition bereits von anderen Webseiten kennt. Dabei sollte man sich auf relevante Informationen fokussieren, die sich an den tatsächlichen Anfragen der User orientieren.

Sowohl aus Usability- als auch Suchmaschinen-Sicht ist es ratsam, komplexe Fragen nicht mit umfassenden Texten zu beantworten, sondern vielmehr auf Zielseiten zu verweisen. Für den Interessenten hat dies den

Vorteil, dass er nicht eine ellenlange FAQ-Seite hat, sondern mit einem Klick die gewünschten Informationen erhält. Für die Crawler der Suchmaschine zeugen die in den FAQs platzierten internen Verlinkungen für eine gute Linkstruktur, was sich ebenfalls positiv auf das Ranking und die Sichtbarkeit der Website auswirkt.

### Für SEO ein guter Input

Oberstes Ziel einer FAQ-Seite sollte es sein, die Usability einer Website zu steigern. Einen zusätzlichen Effekt kann sie aber auch im Bereich Suchmaschinenoptimierung (SEO) haben. „Content ist King“ hat sich in den vergangenen Jahren mehr als bewährt und effektives Content-Marketing, also die Produktion einzigartiger

Inhalte mit Mehrwert, erzielt sehr gute Erfolge. Das Verfassen und Integrieren von FAQs ist nichts anderes, als guten Inhalt bereitzustellen – und das wird von Suchmaschinen wie Google, Bing und Co. belohnt.

Der zusätzliche Content-Input bedeutet für die Suchmaschinen-Crawler neues Futter, das sie für die Bewertung der Website auswerten können. Denn wächst die Website stetig und wird auf dem aktuellen Stand gehalten, wird sie gegenüber einmalig aufgebauten Internetpräsenzen bevorzugt. Sind die Inhalte auf den entsprechenden Zielseiten zudem suchmaschinenoptimiert und enthalten wichtige Suchbegriffe, kann dies zu gänzlich neuen Rankings in den Suchergebnisseiten (SERPs\*) oder zur Verbesserung bestehender Platzierungen führen.

Insbesondere Suchanfragen, die in Form von Fragestellungen in das Suchfenster eingegeben werden, sind hierbei zu nennen – zumal diese sehr häufig gestellt werden. Abbildung 5 spielt dieses Szenario praktisch durch und zeigt ganz deutlich den positiven Effekt einer FAQ-Seite.

Da die Fragen ohnehin in exakter Form im FAQ-Bereich aufgeführt sind, bedeutet dies für die Suchmaschine einen „perfect match“, also einen perfekten Treffer auf die gestellte Anfrage. Kein Wunder, dass die Frage-Antwort-Seite entsprechend hoch gelistet ist.

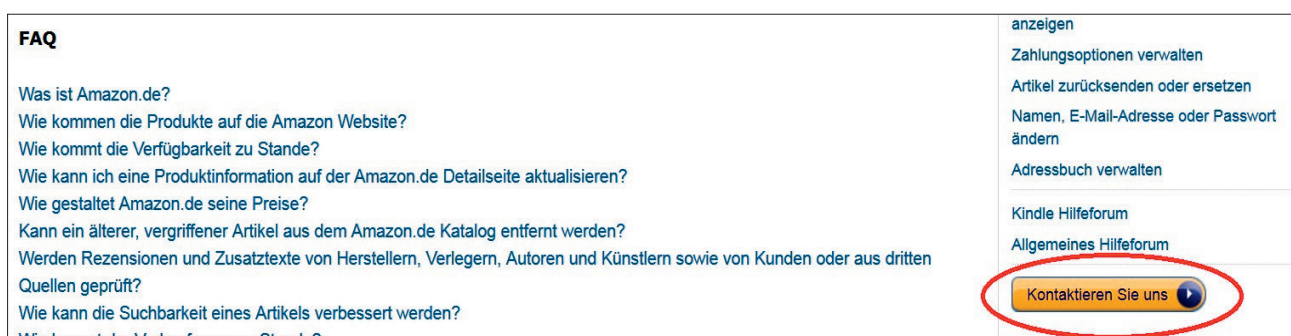


Abb. 6: Falls der User nicht die gewünschte Antwort findet, kann er bei Amazon ganz leicht Kontakt aufnehmen

\*siehe Online-Glossar unter [www.websiteboosting.com](http://www.websiteboosting.com)

## Generelle Gestaltungsregeln gibt es nicht

Das Format einer FAQ-Seite sollte sich am Grunddesign der Webseite orientieren. Deshalb gibt es keine einheitlichen Regeln, wie die FAQs auszusehen haben. Dennoch können drei Empfehlungen ausgesprochen werden, um die Usability zu steigern.

### 1. Keep it simple

Grelle Designs und Animationen sollten auf der FAQ-Seite vermieden werden. Im Vordergrund stehen die reinen Informationen. Deshalb ist eine leicht lesbare Schriftart zu wählen.

### 2. Ankerlinks

Als besonders userfreundlich haben sich sogenannte Ankerlinks herausgestellt. Dabei werden alle auf der FAQ-Seite beantworteten Fragen im oberen Bereich angezeigt. Klickt der User nun auf die Frage, die ihn interessiert, springt das Bild zum entsprechenden Abschnitt der Seite. Der Vorteil hierbei: Der Leser erfährt direkt zu Beginn, auf welche Fragen er eine Antwort erhält.

### 3. Kategorien schaffen

Zunächst wird die FAQ-Seite relativ klein und übersichtlich sein. Doch mit der Zeit kommen mehr und mehr Informationen hinzu. So ist darauf zu achten, dass die Struktur auch mit steigender Anzahl von Fragen und Antworten nicht verloren geht. Unterkategorien der FAQs können hier enorm helfen. So kann ein Shop-Betreiber beispielsweise Fragen zum Versand, zur Bestellung, zum Newsletter aufführen und beantworten.

Gestalterischer Freiraum zeigt sich beim Design und der Integration. Letztlich muss eine FAQ-Seite natürlich zum Rest der Webseite passen. Zu beachten ist jedoch, dass es sich bei der FAQ-Seite um eine reine Hil-

fe-Seite handelt, das heißt, die tatsächliche Conversion sollte in den Hintergrund rücken. Produktempfehlungen oder zu deutliche Kaufaufforderungen mit Call-to-Action sind hier absolut fehl am Platz!

## User einbinden

Auch bei noch so ausgeklügelten FAQ-Seiten kann es vorkommen, dass ein User die Antwort auf seine Frage nicht finden kann. In diesem Fall ist es wahrscheinlich, dass er sich direkt an den Webseitenbetreiber wendet. Damit andere User von dieser Anfrage profitieren, kann ein in den FAQs integriertes Kontaktformular dabei helfen, dass der die Frage-Antwort-Seite stetig wächst. Bei kleinen Webseiten ist dies nicht unbedingt erforderlich, jedoch stellt es insbesondere bei mittelständischen und großen Unternehmen den Servicegedanken in den Fokus. Den User in die Verantwortung zu nehmen und dies offen zu kommunizieren, ist nichts Verwerfliches – im Gegenteil! Viele Besucher der Webseite fassen es als etwas Positives auf, wenn sie dabei helfen können, den Service eines Anbieters zu verbessern.

## Apropos Kontaktformular

Ebenfalls lösungsorientiert ist die Integration der FAQs im Bereich des Kontaktformulars. Auf diese Weise kann der Interessent abgeholt und seine Frage direkt beantwortet werden – ohne dass er das Kontaktformular überhaupt absenden muss. Vorstellbar ist beispielsweise eine Sortierung nach Betreff. Beim Ausfüllen des Formulars muss der User einen Grund für seine Anfrage ausfüllen. Wählt er beispielsweise „Versand“, erhält er über den eigentlichen Formularfeldern Fragen, die in diesem Zusammenhang häufig gestellt wurden. Da erleichtert ihm nicht nur das als lästig empfundene Zusammenfassen seines Problems, sondern erspart auch dem Web-

seitenbetreiber das Beantworten der Mails – eine Win-win-Situation.

## Fazit

„Es gibt keine dummen Fragen, sondern nur dumme Antworten“ – wenn der Artikel schon mit einem Frage-Antwort-Zitat beginnt, muss er ebenfalls damit enden. FAQ-Seiten erweisen sich sowohl im Bereich Suchmaschinenoptimierung als auch Usability als eine echte Bereicherung für eine Website oder einen Online-Shop. Große Fragezeichen, die sich vorher bei den Usern ergeben haben, können mittels aussagekräftiger, informativer FAQs zu großen Ausrufezeichen gewandelt werden und so zur gewünschten Conversion führen.

In erster Linie ist jedoch die Steigerung der Usability anzustreben. Durch die Beantwortung häufig gestellter Fragen sowie das Setzen interner Links und somit der Verweise auf wichtige Zielseiten wird der User an die Hand genommen und durch die Gesamtheit der Website geführt. Das vertrauensvolle Gefühl des Interessenten, der sich auf dieser Webseite gut aufgehoben fühlt, führt zu einem positiven Erlebnis. Weiterhin können durch hochwertige Inhalte auch zusätzliche Rankings erreicht werden, die begleitend zu anderen Content-Marketing-Maßnahmen durchgeführt werden.

SEO meets Usability: Das trifft auf die FAQ-Seite zu! ¶