

Oberfläche auf Untergrund

Von Christian Splett (Oktober 2008)

„Willkommen auf unserer neuen Website.“ – Mit diesen Worten und einem Lächeln begrüßt mich Botschafter Sir Michael Arthur. Natürlich heißt er nicht nur mich willkommen, sondern auch alle anderen Internetnutzer, die in diesem Moment aus Wissensdurst, Langeweile oder Zufall in der virtuellen Welt der Britischen Botschaft in Deutschland ankommen. Da ich – wie wohl fast alle anderen Betrachter auch – rein gar nichts über die Gründe, Ziele und Ansprüche des neuen Webauftritts weiß, lässt sich anhand des realen Erscheinungsbilds trefflich darüber spekulieren.

Zuerst glaube ich an einen Fehler, als ich wie üblich www.britische-botschaft.de in das Suchfeld meines Browsers eintippe. Die automatische Weiterleitung zu <http://ukingermany.fco.gov.uk/de> sieht nämlich so aus, als ob ich versehentlich beim britischen Außenministerium gelandet bin. Das stimmt irgendwie ja auch. Die Botschaft in Berlin ist also offenbar – zumindest virtuell und internettechnisch – stärker an das Foreign & Commonwealth Office angebunden als bisher.

Auch steht nicht der Botschafter im Mittelpunkt der Startseite, sondern Außenminister David Miliband, der dem Betrachter direkt in die Augen schaut. Sofern ihm eine gewisse innerparteiliche Konkurrenz zum Premierminister nachgesagt wird, passt es ins Bild, dass links neben Miliband das UN-Hochhaus in New York abgeleuchtet ist – und nicht etwa der Kopf von Gordon Brown, der laut Bildunterschrift ebendort weitere Schritte zur Armutsbekämpfung in der Welt fordert.

Springt man übrigens auf das englischsprachige Äquivalent dieser Seite, verschwinden das UN-Gebäude und der Verweis auf die Millenniums-Ziele. Stattdessen sind dort die Logos von zwei bekannten Kreditkartenfirmen abgebildet. Reisepässe und konsularische Dienstleistungen können seit 1. Oktober mit ebenjenem Plastikgeld bezahlt werden. Die Themenwahl ist ein wenig bizarr: UN und Armutsbekämpfung für Deutsche, Kreditkarten und Zahlungsverkehr für Briten.

Rechts neben Miliband ist Sir Michael zu sehen – aus diplomatischen Gründen stärker im Hintergrund als sein Chef und am Schreibtisch sitzend bei der Arbeit. Wenn er im Grußwort auf neue Farben und neues Design der Webseite hinweist, so fallen zwei Aspekte ins Auge: Die ganze Seite ist so blau, so dass man kaum von Farbe im Plural sprechen kann. Im Unterschied zur alten Seite, auf der man viel von oben nach unten scrollen musste, wirkt die neue Seite nun eher breit. Diese horizontale Ausrichtung gefällt vielleicht nicht jedem, mir aber ganz gut.

Wenn Sir Michael jedoch darum bittet, sich etwas Zeit zu nehmen, um auf der neuen Seite zu surfen, so wage ich es, ihm vehement zu widersprechen: Die Übersichtlichkeit von Rubriken und Menüoptionen ist zwar wünschenswert, darf aber keine Entschuldigung für fehlende inhaltliche Breite und Tiefe sein. Statt spannender Aufbereitungen oder zumindest Bleiwüsten sind vielfach nur kurze Themenansätze oder Verweise auf englischsprachige Seiten zu finden. Sieht man von der Startseite ab, fehlen auch Fotos oder optische Anreize zum Blättern und Schmökern. Geduld braucht man vielleicht für diese Webseite, aber keine Zeit, wie der Botschafter empfiehlt.

Mein Fazit lautet: Der neue Internetauftritt der Britischen Botschaft wirkt ein wenig unfertig und allzu nüchtern. Die Sprache der Bilder ist hier eher eine Fremdsprache. Sofern dies nicht eine bewusste Wiederbelebung des Images von „Cool Britannia“ sein soll, hat der Webmaster noch viel Arbeit vor sich, um neue Sympathien für das Königreich zu gewinnen. Aber das Internet ist so schnelllebig, dass in dem Moment, in dem Sie, liebe Leser, die Britische Botschaft im WWW besuchen, alles schon wieder ganz anders sein kann. Dann sieht meine Kritik ziemlich alt aus.