

## Leitfaden Webseitenplanung

---

Die nachstehende Gliederung soll Ihnen helfen, sich einen Überblick über die notwendigen Planungsschritte zu verschaffen. Naturgemäß ist ein solcher Leitfaden allgemein gehalten. Bei komplexeren Inhalten und Funktionen oder wenn Sie sich noch nicht sicher sind, was Sie benötigen, berate ich Sie gerne.

### Inhaltsverzeichnis

1   Hauptziele der Webseite.....	2
1.1   Was möchten Sie mit Ihrer Webseite erreichen?.....	2
1.2   Wen möchten Sie mit Ihrer Webseite erreichen?.....	2
2   Selbstbeurteilung.....	2
3   Gestaltung.....	3
3.1   Designvorgaben.....	3
3.2   Grafiken, Bilder und sonstiges Material.....	3
4   Inhalte.....	3
4.1   Strukturbaum.....	3
4.2   Kategorienbeispiele.....	4
5   Marketing.....	5
5.1   Suchmaschinenoptimierung der Webseite.....	5
5.2   Externe Maßnahmen.....	5

## 1 | Hauptziele der Webseite

---

Wer ist Ihre Zielgruppe und in welcher Funktion sprechen Sie diese an? Sind Sie Verkäufer, Dienstleister, Berater oder Informationsquelle, sprechen Sie für ein Unternehmen oder als Selbstständiger?

### 1.1 | Was möchten Sie mit Ihrer Webseite erreichen?

- **Präsentieren** des Unternehmens, Vereins oder Produkts
- **Informieren** von Kunden, Mitarbeitern oder Interessenten
- **Kommunizieren** mit Kunden, Interessenten, Mitgliedern und Lieferanten
- **Verkaufen** von Produkten oder Dienstleistungen

### 1.2 | Wen möchten Sie mit Ihrer Webseite erreichen?

Nach Funktion:

- Einzelperson (privat oder in beruflicher Funktion) oder Firma
- Neukunde / Interessent oder wiederkehrender Besucher

Nach Person:

- Alter, Geschlecht, Bildungsabschluss
- Herkunft (regional, deutschlandweit, international)

## 2 | Selbstbeurteilung

---

Die Antworten auf die nachstehenden Fragen geben einen Anhaltspunkt, welche Inhalte in einem Vorstellungstext auf der Startseite und / oder in der Navigation herausgehoben werden sollten.

- Welche Stärken und Spezialisierungen haben Sie?
- Was hebt Sie von Ihren Mitbewerbern ab oder macht Ihr Angebot einzigartig?
- Welchen Nutzen hat Ihr Angebot für Kunden und welchen Vorteil bieten Sie Ihren Kunden verglichen mit Ihren Mitbewerbern?

## 3 | Gestaltung

---

### 3.1 | Designvorgaben

Haben Sie bereits ein Logo oder ein Corporate Design, das umgesetzt werden soll? Existieren Visitenkarten und Broschüren, an die das Layout angelehnt werden soll? Falls Sie bisher kein einheitliches Layout verwendet haben, ist der Aufbau oder Relaunch der Internetseite ein guter Zeitpunkt, damit zu beginnen. Die 1:1 Übertragung von Printgestaltung auf den Monitor und umgekehrt ist zwar nicht immer möglich, so sind einige Schrifttypen ungeeignet für die lesbare Darstellung am Monitor und umgekehrt das Farbspektrum des Druckes gegenüber dem darstellbaren Farbraum am Monitor deutlich eingeschränkt. Dennoch lässt sich auch trotz Anpassungen an das Medium ein Wiedererkennungswert bei Farbgestaltung, Satz und Formgebung erzielen.

### 3.2 | Grafiken, Bilder und sonstiges Material

Visuell dargestellte Informationen sind einprägsamer und visuell unterstützte Gliederungen von Informationen (beispielsweise durch Piktogramme) schneller erfassbar. Um unterstützend zu wirken, muss die Bildsprache oder Symbolik sorgfältig ausgewählt und zudem ins Gesamtdesign eingepasst werden – oder umgekehrt, wenn Ihre Bilder im Mittelpunkt der Seite stehen sollen, das Gesamtdesign darauf zugeschnitten werden. Sollten Sie Bilder lediglich zur visuellen Unterstützung benötigen, können Sie auch die Bildrecherche Ihrem Webdesigner überlassen.

## 4 | Inhalte

---

### 4.1 | Strukturbaum

Im folgenden sind beispielhaft einige Kategorien aufgeführt, anhand derer Sie überblicken können, wie viele Seiten Sie in etwa benötigen. Bitte beachten Sie dabei aber, dass der Umfang und damit auch der Aufwand stark variieren können und einige Seiten Hauptkategorien sind, die zahlreiche Unterseiten enthalten können.

Neben der Abschätzung des bloßen Seitenumfanges können Sie an dieser Stelle auch bereits überlegen, wie oft und in welchem Umfang sich Inhalte ändern und ob Sie ein Redaktionssystem (auch Contentmanagementsystem, kurz : CMS) benötigen. Die Einrichtung eines CMS ist erheblich zeit- und damit kostenintensiver, gibt Ihnen dafür aber die Möglichkeit,

innerhalb eines gewissen Rahmens Änderungen an der Seite vorzunehmen. Sollte sich der Inhalt nie oder nur selten ändern, lohnt diese Investition nicht. Stattdessen können Sie die Überarbeitung oder das Einpflegen neuer Inhalte auf Stundenbasis durch Ihren Webdesigner machen lassen.

Beachten Sie aber, dass mit den Nutzungsrechten nicht immer auch das Recht zur Bearbeitung übertragen wird. Um nicht vom einmal beauftragten Texter oder Webdesigner abhängig zu sein, lassen Sie sich auch dieses Recht zusichern.

## 4.2 | Kategorienbeispiele

### Standards

Startseite	<i>Diese Seite ist technisch zwingend erforderlich.</i>
Impressum / Anbieterkennzeichnung	<i>Diese Seite ist rechtlich zwingend erforderlich.</i>
Kontakt / ggf. Anfahrt	

### Vorstellung der Leistungen

Produkte	
Dienstleistungen	
Preise / Preismodelle oder -beispiele	

### Vorstellung des Unternehmens, bzw. der Person

Philosophie	
Profil / Über uns	
Mitarbeitervorstellung	

### Informationen über die Arbeitsweise

Referenzen	
Qualifikationen / Mitgliedschaften / Auszeichnungen	

### Serviceangebote, Beziehungspflege

Blog oder Newsseite	
Downloads	
FAQ / Weiterführende Informationen	

## 5 | Marketing

---

### 5.1 | Suchmaschinenoptimierung der Webseite

Zur Bekanntmachung der Seite ist es notwendig, dass Ihre Inhalte von Suchmaschinen ausgelesen werden können. Darüber hinaus muss der Inhalt bestimmte innere Strukturen wie eine Gliederung mittels Überschriften und interne Verlinkungen aufweisen und nicht zuletzt natürlich die passenden Keywords enthalten. Dazu passend werden die Metainformationen geschrieben.

### 5.2 | Externe Maßnahmen

Wichtigste externe Maßnahme ist das Backlinking von anderen Webseiten. Neben einfachen Inseraten ist auch die gezielte Platzierung in anderen Kontexten möglich. Dringend abzuraten ist vom Kauf von Backlinkpaketen. Diese sind oftmals unseriös und die Verlinkung wertlos, wenn nicht gar schädlich, da Google und andere Suchmaschinen sie erkennen und die Seite im Ranking sogar herabstufen. Der Aufbau einer organischen Linkstruktur ist zeitaufwändig und nicht in so großer Masse zu bewältigen, letztendlich aber meist wertvoller.