

Wirkung erzielen geht nicht nebenbei

Packen Sie es an, es lohnt sich

Der Aufwand für Ihre Website soll sich rechnen, oder?

Sie möchten mit Ihren Seiten Besucher anziehen und für Ihre Sache gewinnen. Gleichzeitig möchten Sie von den Suchmaschinen gefunden werden. Sie möchten mit Ihrer Internetpräsenz letztendlich „verkaufen“, Ihre Zielgruppe überzeugen. Dabei ist es grundsätzlich egal, ob es um Informationen, Botschaften, Produkte, Dienstleistungen oder das Image geht. Damit dies gelingt, braucht es Know-how und die Investition von Zeit und Geld. Es braucht eine Professionalität und entsprechendes Handeln. Dabei gilt:

Das Konzept, das Layout und die Einrichtung bindet weniger Ressourcen als der laufende Betrieb, die Wartung, die Optimierung und dynamische Anpassung.

Aber nur wenn Sie Ihre Seite entsprechend „pflegen“, werden Sie mit Ihrem Auftritt das erreichen, was Sie möchten! Noch zwei Begriffserklärung zum besseren Verständnis: Website bedeutet Webauftritt. Das steht im Gegensatz zur Webseite, einer einzelnen Seite eines Webauftrittes.

Hoffentlich trifft nicht Folgendes auf Sie zu:

Mein Auto bringe ich mindestens ein Mal im Jahr zur Wartung und Pflege. Unsere Website kommt dagegen weitgehend ohne Wartung und Pflege aus.

In diesem Fall ist es höchste Zeit zu handeln. Von Zeit zu Zeit nur einige Worte zu aktualisieren, reicht bei weitem nicht aus! Nach der Lektüre dieses Leitfadens werden Sie wissen, was einen erfolgreichen Internetauftritt ausmacht und was Sie und Ihre Mitstreiter dafür tun können. Bewusst

haben wir bei allen Impulsen Ihr Budget im Blick. Denn Kosten und Nutzen müssen in einem gesunden Verhältnis stehen.

Gute Internetauftritte bringen mehr, als sie kosten!

Dieser Leitfaden richtet sich an alle, die ihren eigenen Auftritt vorbereiten, neu konzipieren oder optimieren wollen. Der Fokus liegt dabei nicht auf technischem Spezialwissen, sondern auf den Dingen, die Sie und Ihr Team selbst voranbringen können. Wahrscheinlich werden Sie in bestimmten Bereichen professionelle Unterstützung benötigen. Aber Sie werden mit dem Know-How dieses Leitfadens diese „Profis“ effektiv ins Spiel bringen. Sie werden Ihr Ziel erreichen: eine ansprechende, benutzerfreundliche, klar strukturierte und suchmaschinenoptimierte Website. Denn:

Internet ist so wichtig wie ein Telefon!

Lassen Sie sich aber nichts vormachen. Manche möchten Ihnen das Internet und andere neue digitale Medien als erfolgreiches Geschäftsmodell und Gelddruckmaschine verkaufen. Oft sind gerade diese Versprechungen das Geschäftsmodell – aber nicht für Sie, sondern für den, der Ihnen diese Sache verspricht. Natürlich wird für einige der Internetauftritt die entscheidende Grundlage des Erfolges sein. Bei vielen ist das Internet aber nur ein wichtiger Baustein im Marketingkonzept! Nicht jede Botschaft, jedes Produkt und jede Dienstleistung eignen sich dafür, überwiegend über das Medium Internet vertrieben zu werden. Deshalb müssen erfolgreiche Internetauftritte immer im Gesamtkonzept der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gesehen werden. Dieser Punkt ist so wichtig, dass hier in Kürze ein weiterer Leitfaden „Wirkung potenzieren durch Werbe-Mix“ in dieser Reihe erscheinen wird.

Denken Sie immer daran: Ihre Internetseite wird nicht nur über Suchmaschinen und andere Internetseiten gefunden!

Offline Reize bewirken Online-Suche.

Nutzen Sie alle Informationskanäle und spielen Sie die Stärken der jeweiligen Werbemedien aus. Überlegen Sie, welche Botschaften Sie in welchem Medium am sinnvollsten, am MERKwürdigsten (Sie müssen Spuren hinterlassen, die sich Menschen wirklich merken!) veröffentlichen. Beispielsweise kann ein kurzer griffiger Slogan auf einer Postkarte der Türöffner für eine umfangreiche und (aktuelle) Informationssuche im Internet sein. Oft reicht ein griffiger Domainname auf einem Fahrzeug aus, damit potenzielle Interessenten mit Ihnen Kontakt aufnehmen. Das Internet ist die Informationsquelle über Ihr Unternehmen und Ihre Organisation!

Ohne einen guten Internetauftritt haben Sie es schwer. Das Internet hat Ihre volle Aufmerksamkeit verdient.

Und noch ein wichtiger Hinweis für Sie. Wenn Sie beim Lesen über Begriffe stolpern, die noch keinen Sinn für Sie machen, schauen Sie bitte im Anhang nach. Dort finden Sie die wichtigsten Begriffe erklärt. Und sonst gibt es ja noch das Internet zum Googeln ...

Wichtige Impulse auf einen Blick

Professionelle Ansprüche an eine Website erfordern Know-how, Zeit und Geld. Konzept, Gestaltung, Einrichtung und laufender Betrieb sind eine **Investition** in die Zukunft.

Eine Website muss mehr bringen als kosten. Die Wirkung, die Sie mit der Website erzielen, dient dabei als Maßstab im Vergleich zu den eingesetzten Ressourcen.

Eine Website ist heute **ebenso wichtig** wie ein Telefon. Mit anderen Marketing-Aktivitäten sinnvoll verzahnt, erzielen Sie die besten Ergebnisse.

gebräuchliche Kommunikationsformen an: von gesprächsnaher Kommunikation (z. B. Chat und Skype) bis hin zur briefähnlichen Kommunikation (E-Mail, Newsgroups, Blog-Kommentare).

Doch die Sinnlichkeit eines direkten persönlichen Gesprächs lässt sich virtuell im Internet schlecht erleben.

Die Distanz bei mediengestützter Kommunikation ist immer größer als beim persönlichen Gespräch. Daran werden auch neue Entwicklungen im Bereich des Internets in nächster Zeit wenig ändern.

Wichtige Impulse auf einen Blick

Eine Website muss in den Suchmaschinen gefunden werden. Ca. 90% bis 95% der Besucher einer Website kommen im Durchschnitt über die Suchmaschine Google. Dies setzt eine **suchmaschinenoptimierte Website** voraus.

Wird Ihre Website nicht in den Suchmaschinen gefunden, bleibt Ihnen nur die Chance, Ihre **Besucher durch bezahlte Werbung** auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen.

Eine erfolgreiche **Website funktioniert, informiert** und ist **benutzerfreundlich**. Internetseiten sind keine Spielwiese für Gestalter, Texter oder Programmierer.

Website-Arbeit ist Teamarbeit. Eine gute Website vereint viele verschiedene Fachkompetenzen. Kompetenz und professionelle Hilfe rechnet sich.

Eine Website ist nie perfekt und fertig – und das ist auch nicht nötig. Ein effektiver Einsatz der Ressourcen erreicht mit 20% Aufwand meist 80% der gewünschten Erfolge.

Nach einer gründlichen Analyse (nutzen Sie dazu später die Checklisten) wissen Sie, **welche nächsten Schritte** das Projekt maßgeblich voranbringen. Wägen Sie Aufwand und Wirkung dabei ab.

Strategisches Vorgehen hat sich bewährt. Binden Sie Partner mit erforderlichem Wissen ein. Definieren Sie die Ziele, die Sie mit der Website erreichen wollen. Gehen Sie Schritt für Schritt vor. Holen Sie immer wieder ein Feedback ein.

Guter Website-Content und **seriöse Arbeit** zahlen sich am besten aus. Manipulationen, egal welcher Art, haben nur geringe Erfolgsaussichten.

Der **Grundstein für den Erfolg** einer Website wird bereits bei der Konzeption des Internetprojektes gelegt. Entscheidend sind die Wahl eines geeigneten **CMS**, ein **leistungsfähiges Webhosting** sowie eine optimale und flexible **Website-Struktur**.

Das Internet ist ein sehr **dynamisches Medium**. Bleiben Sie am Ball. Informieren Sie sich über aktuelle Entwicklungen. Stellen Sie sich auf verändertes Nutzerverhalten ein.

Erfolg ist kein Zufall

Die 7 Erfolgsfaktoren eines Webauftritts

Die folgenden sieben Faktoren haben sich über die Jahre zu wesentlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Internetseite herausgebildet. Wenn Sie diese Erfolgsfaktoren beachten und das Optimierungspotenzial ausschöpfen, erfüllen Sie professionelle Ansprüche. Noch eine Worterklärung im Bezug auf diese Erfolgsfaktoren. „Onpage“ heißt, dass Sie innerhalb Ihrer Website mit den Veränderungen ansetzen, „offpage“ bedeutet, dass Sie außerhalb Ihrer Website optimieren.

Erfolgsfaktor 1: Webdesign (onpage Maßnahmen)

- Webdesign ist mehr als Screendesign. Es geht nicht nur um visuelle Ästhetik sondern um die Verbindung von Technik, Struktur, Inhalt und Design. Das Webdesign umfasst Konzeption Planung, Test und Realisierung des Auftritts. Webdesign erfordert damit sowohl gestalterische als auch technische Kompetenz und meist entsprechend professionelle Partner.

Erfolgsfaktor 2: Aktueller und gehaltvoller Content (onpage Maßnahmen)

- Interessanter, stets aktueller Content zählt. Gehaltvoll heißt in diesem Zusammenhang, dass Sie dem Besucher Ihrer Seite einen Mehrwert, einen wirklichen Nutzen bieten. Das heißt konkret: Sie erfüllen seine Bedürfnisse! Denken Sie dabei immer an die Schlüsselbegriffe, die Keywords, die für den Leser und auch für die Suchmaschinen von elementarer Bedeutung sind.

Erfolgsfaktor 3: Das passende Content-Management-System (CMS) (onpage Maßnahmen)

- Der wirtschaftliche Betrieb einer Website erfordert moderne Werkzeuge. Sorgen Sie mit einem funktionalen CMS für ein benutzerfreundliches, effizientes Management Ihrer Website. So haben Sie die Möglichkeit, mit mehreren Personen gleichzeitig an einem Projekt zu arbeiten. Ein entsprechendes Benutzer-Rechtesystem unterstützt Sie dabei. Optimal geplante Administrator-Rechte sichern im Fall eines persönlichen Fehlers doppelt ab. Eine Backup-Routine sorgt für die kontinuierliche Datensicherung im Hintergrund. Mit modernen CMS haben Sie eine gute Basis für ein individuelles und ansprechendes Layout.

Erfolgsfaktor 4: Leistungsfähige Partner und Mitarbeiter

- Wie schon mehrfach betont: Gute Internetauftritte brauchen Kompetenz und verlässliche Partner, die Sie unterstützen. Nicht alles, was billig erscheint, ist wirklich preiswert und nicht alles, was teuer ist, ist wirklich sein Geld wert. Wichtig ist Verlässlichkeit und direkter Dialog. Es macht einen großen Unterschied, ob sich Partner für Sie verantwortlich fühlen oder ob Sie Ihre Zeit in der Warteschleife eines Call-Centers verbringen.

Erfolgsfaktor 5: Optimierung für Suchmaschine UND Mensch (onpage Maßnahmen)

- Suchmaschinen sprechen wie Menschen eine eigene Sprache. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website die Besonderheiten beider Sprachen berücksichtigt. Eine benutzerfreundliche Website und eine optisch ansprechende Gestaltung machen Besuchern das Lesen, Navigieren und Finden von Informationen leicht. Hier kommt das Webdesign zum Tragen! Eine suchmaschinenoptimierte Website erleichtert den Suchmaschinen das Auffinden und schnelle Bearbeiten Ihrer Website. Das führt automatisch zu besseren Suchmaschinen-Ergebnissen.

Erfolgsfaktor 6: Verlinkung und externe Suchmaschinenoptimierung (offpage Maßnahmen)

- Das Internet lebt von Links. Eine Website ohne Links ist wie eine einsame Insel. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website auf führenden Portalen, Verzeichnissen und Webseiten eingetragen, gelistet und verlinkt ist. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Content es wert ist, verlinkt zu werden. So wächst die Verlinkung natürlich an. Das erhöht die Sichtbarkeit und Vertrauenswürdigkeit Ihrer Website enorm. Eine gute externe Verlinkung verbessert Ihre Position in den Ergebnislisten der Suchmaschinen und bringt neue Besucher auf Ihre Website.

Erfolgsfaktor 7: Systematische Erfolgskontrolle, Optimierung und Weiterentwicklung (on- und offpage Tools)

- Ein Website-Betrieb ohne Erfolgskontrolle bleibt dem Zufall überlassen. Sorgen Sie für die Integration mindestens eines leistungsfähigen Statistik-Tools. Benutzen Sie im Internet verfügbare Analysetools regelmäßig zur Diagnose und Beurteilung der Webseitenerfolge. Sie erhalten u. a. wertvolle Informationen über die Anzahl der Besucher, das Nutzungsverhalten und über welche Suchbegriffe der Nutzer auf Ihre Seite gestoßen ist.

Alle diese Erfolgsfaktoren sind gleich wichtig.

Diese 7 Erfolgsfaktoren sind nicht nach ihrer Priorität nummeriert. Vielmehr bedingen sich diese Faktoren wechselseitig, ohne dass ein Faktor vernachlässigbar ist. Aktueller Content allein bringt ohne eine ansprechende und optimierte Website wenig Wirkung. Genauso entfaltet eine optimierte Website mit nur 20 Seiten ohne aktuellen Texte wenig Effekte. Führen nur wenige Wege (Links) im Internet zu Ihrer Website, bleibt diese eine weitgehend unbesuchte Insel. Eine Website, die nicht auf andere verlinkt, ist vergleichbar mit einer Sackgasse – der Internetverkehr stockt. Eine Website ohne ein funktionales CMS ist weder wirtschaftlich einzurichten noch zu pflegen, optimieren und entwickeln. Ohne eine Erfolgskontrolle und laufende Anpassung der Internetstrategie bleibt Erfolg im Internet purer Zufall.

Wichtige Impulse auf einen Blick

Die **Suchmaschinenoptimierung** ist ein Thema, an dem für eine erfolgreiche Website kein Weg vorbei geht. Wichtig ist es dabei, das rechte Maß zu finden.

Bei der Optimierung einer Website empfiehlt sich ein strategisches Vorgehen. Nutzen Sie frei verfügbare Tools für **eine gute Ist-Analyse** der Ausgangssituation.

- > Analysieren Sie Ihre Website-Benutzung.
- > Analysieren Sie die Website-Ladezeiten.
- > Analysieren Sie den Aufbau Ihres Website-Quellcodes.
- > Analysieren Sie Ihre Mitbewerber.

Wichtige Fragen bei der Umsetzung sind:

- > Welche Arbeiten sind zu erledigen?
- > Welche Bereiche sind davon betroffen?
- > Welche (professionellen) Partner sind einzubinden?
- > Ist mein CMS auf eine solche Optimierung vorbereitet?
- > Welche Herausforderungen/Probleme gilt es dabei zu lösen?

Wenn Ihnen das zu sehr ins Detail geht und Sie dafür nicht Ihre Zeit investieren möchten, lassen Sie sich dabei von einem kompetenten Partner unterstützen.

Checkliste Benutzerfreundlichkeit

- Die Website wird regelmäßig aktualisiert.
- Die Website hat ein modernes, freundliches und ansprechendes Erscheinungsbild, ist klar und benutzerfreundlich gegliedert. Besucher finden sich schnell und intuitiv zurecht.
- Texte und Abbildungen der Webseite laden ein zum Weiterlesen, sind informativ und bieten Mehrwert, erzeugen Neugier und inspirieren zu häufigem Besuch der Seiten.
- Die Website ist interaktiv in ausgewählten Bereichen (Web 2.0).
- Leser können die Beiträge kommentieren und leicht mit dem Autor in Dialog treten, Teil der Community werden, Dialoge mit anderen Kunden lesen, Diskussionen verfolgen.
- Die Webseite informiert in freundlicher, übersichtlicher Form über Ansprechpartner des Unternehmens mit Foto.
- Die Webseite enthält in einem Pressebereich Informationen und Bilder für Journalisten über die Organisation, die Geschäftsaktivitäten sowie die Ansprechpartner.
- Der Betreiber erhält regelmäßig Anfragen von Lesern über die Website.
- Besucher der Website können leicht Kontakt (per Kontaktformular, Telefon, E-Mail etc.) aufnehmen.

Checkliste Suchmaschinenfreundlichkeit

- Bei Eingabe eines relevanten Suchbegriffes bzw. einer Suchbegriff-phrase wird die Website auf Position 1-10 der Suchergebnisliste gefunden.
- Die Website ist komplett in den wichtigsten Suchmaschinen indiziert (aufgenommen) und auffindbar.
- Die Webseiten bestehen aus validem HTML-Code (die Programmierung ist in Ordnung) und haben eine kurze Ladezeit.
- Die Website verlinkt zu anderen Websites und wird von anderen Seiten im Internet themenrelevant verlinkt.
- Die Website ist in wichtige Web-Verzeichnisse und -Portale eingetragen.
- Ein Statistik-Analysetool protokolliert die Zugriffe auf Ihre Website.
- Die Ergebnisse werden aktiv zur Website-Optimierung und Weiterentwicklung genutzt.

Checkliste Wirtschaftlichkeit & Effektivität

- Die Kosten/Nutzen-Relation stimmt.
- Inhalt, Struktur und Navigation der Website können jederzeit eigenständig bearbeitet und verändert werden.
- Ein CMS (Content-Management-System) erlaubt ein einfaches Publizieren von Artikeln, Grafiken, Fotos etc. ohne HTML-Kenntnisse.
- Die Website wird regelmäßig aktualisiert.
- Die Website wird in einem regelmäßigen Turnus inhaltlich und technisch weiterentwickelt und gepflegt.
- Auftretende technische Fehlerfunktionen werden umgehend nach Bekanntwerden beseitigt.
- Die CMS-Software wird in einem festen Rhythmus aktualisiert und auf dem Stand der Anforderungen des Internets gehalten.
- Die Website zeigt in allen modernen Internet-Browsern (Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera, Apple Safari, Microsoft Explorer) ein sehr ähnliches Erscheinungsbild und fehlerfreie Funktionalität.
- Die Website ist plattformübergreifend programmiert. Sie erlaubt ein Betrachten und Navigieren mit PC, Notebook, Smartphone, Tablet & Co.
- Das Impressum ist abmahnsicher und entspricht den Vorschriften.
- Die Website ist weitgehend barrierefrei (Nutzung auch bei Farbblindheit, Sehbehinderungen etc. gut möglich).

Wichtige Impulse auf einen Blick

Eine Website gleicht dem **Netz** beim Fischen. Jeder Artikel ist ein Knoten, an dem Besucher „hängenbleiben“. Der Köder (Keywords) soll dabei dem Fisch (Besucher) schmecken, nicht dem Fischer (Websitebetreiber).

Die Suchmaschine versteht nur **Text**. Doppelte Texte schaden, da sie die Qualität der Ergebnisse negativ beeinflussen und ggf. sogar Copyright-Probleme mit sich bringen.

Jeder Artikel eines Webauftritts hat ein konkretes, fest umrissenes Thema und Ziel. Gute Artikel sind informativ und lesefreundlich für Suchmaschine UND Mensch.

Eine **regelmäßige Veröffentlichung** „freut“ die Suchmaschine. Aber auch beim Leser haben aktuelle Texte Vorrang.

Lebendige Texte sind dank einer **guten Struktur** verständlich und leicht lesbar. Attraktive Überschriften ziehen Leser in die Texte hinein. Gut gegliederte Texte informieren den Leser über das: *Wer? Wie? Was? Wo? Wann? Warum?*

Sätze mit ca. 12 Wörtern Länge sind **einfach und leicht lesbar**. Kurze Abschnitte verbessern die Lesbarkeit. Zwischenüberschriften und Textauszeichnungen geben dem Text eine informative Struktur und sind lesefreundlich.

Ein nützlicher Hinweis, wenn Sie in das Thema tiefer einsteigen möchten: Detaillierte Impulse für guten werblichen Text – auch und gerade für das Internet – finden Sie im Leitfaden 3.

Paretoprinzip

Das Paretoprinzip, benannt nach Vilfredo Pareto (1848–1923), auch Pareto-Effekt, 80-zu-20-Regel, besagt, dass 80 % der Ergebnisse in 20 % der Gesamtzeit eines Projekts erreicht werden. Die verbleibenden 20 % der Ergebnisse benötigen 80 % der Gesamtzeit und verursachen damit die meiste Arbeit.

Permalink

Ein Permalink ist eine URL (im allgem. Sprachgebrauch: Internetadresse) die so, wie sie angezeigt wird, auch permanent im Internet zu finden ist. Ziel eines Permalinks ist es, Inhalte, die einmal als zu diesem Link gehörend eingestuft wurden, dauerhaft über diese immer gleiche URL verfügbar zu machen.

PDF

Das Portable Document Format (PDF; (trans)portables Dokumentenformat) ist ein plattformunabhängiges Dateiformat für Dokumente, das vom Unternehmen Adobe Systems entwickelt und 1993 veröffentlicht wurde. Ziel war es, ein Dateiformat für elektronische Dokumente zu schaffen, das diese unabhängig vom ursprünglichen Anwendungsprogramm, vom Betriebssystem oder von der Hardwareplattform originalgetreu weitergeben kann. Ein Leser einer PDF-Datei soll das Dokument immer in der Form betrachten und ausdrucken können, die der Autor festgelegt hat. Die typischen Konvertierungsprobleme (wie veränderter Seitenumbruch oder falsche Schriftarten) beim Austausch eines Dokuments zwischen verschiedenen Programmen entfallen dadurch. Neben Text, Bildern und Grafiken kann eine PDF-Datei auch Hilfen enthalten, die die Navigation innerhalb des Dokumentes erleichtern. Dazu gehören beispielsweise anklickbare Inhaltsverzeichnisse und miniaturisierte Seitenvorschauen.

Perl

Perl ist eine freie, plattformunabhängige und interpretierte Programmiersprache (Skriptsprache). Mit Perl sind u. a. auch eine Reihe von Weblog-Systemen und CMS realisiert (Beispiel: Movable Type).

Plug-In

Ein Plug-In (häufig auch Plugin; engl. to plug in = einstecken, anschließen, deutsch etwa Erweiterungsmodul) ist ein Softwaremodul, das in eine Softwareanwendung eingebunden werden kann, um deren Funktionalität zu erweitern.

PHP

PHP (Hypertext Processor) ist eine Skriptsprache, die hauptsächlich zur Erstellung dynamischer Webseiten oder Webanwendungen (Web-App) verwendet wird. PHP wird als freie Software unter der PHP-Lizenz verbreitet. PHP zeichnet sich durch breite Datenbankunterstützung und Internetprotokolleinbindung sowie die Verfügbarkeit zahlreicher Funktionsbibliotheken aus.

PhpMyAdmin

PhpMyAdmin ist eine freie PHP-Anwendungssoftware zur Verwaltung von MySQL-Datenbanken. Die Administration erfolgt über HTTP mit einem Browser. Daher können auch Datenbanken auf fremden Rechnern über eine Netzwerkverbindung oder über das Internet administriert werden.

Prosument

Der Begriff Prosument (engl. prosumer oder produser) bezeichnet Verbraucher oder Kunden, die gleichzeitig Produzenten sind.

Quellcode, Quelltext

Unter dem Begriff HTML-Quelltext, auch HTML-Quellcode (engl. source code), wird der maschinenlesbare Text einer HTML-Seite verstanden.

Rechte-System

Jede CMS-Software besitzt ein System, mit dem Benutzern bestimmte vordefinierte Rechte zur Nutzung der Software eingeräumt werden. Das Rechtesystem wird auf der Basis von Benutzerrollen verwaltet. Eine Benutzerrolle ist ein Bündel unterschiedlicher Rechte mit konkretem Ziel (Gast, Editor, Autor, Redakteur, Administrator).