

Ratgeber „Erfolgreich Webseiten erstellen“

Inhalt

INHALT.....	1
IHRE NEUE WEBSEITE.....	2
Kaufen oder selber machen?	3
Sie haben sich entschieden Ihre Webseite selber zu machen?.....	3
Kaufen – Webseite professionell erstellen lassen!.....	3
Gedanken, welche Sie sich in jeden Fall machen müssen	4
Idee und Inspiration	4
Tipps zur Suchmaschinenfreundlichkeit.....	7
MENÜ (NAVIGATION) UND STRUKTUR:	8
DIE INTERNET ADRESSE.....	10
Was ist eine Internet-Adresse	10
DAS HOSTING	13
SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION).....	14
Onpage Optimierung.....	14
Offpage Optimierung	16

Ihre neue Webseite

Sie möchten eine Webseite erstellen. Damit diese im Internet erscheint und gefunden wird, sind drei Dinge, welche hier dargestellt werden, erforderlich:

Stellen Sie sich vor, Ihre Webseite ist ein Haus.

Ihre Webseite ist das Haus. Sie bestimmen die Grösse, Umfang, Aussehen und Ausstattung.



Das Hosting ist das Grundstück, auf dem Ihr Haus steht. Das Grundstück ist mit der Datenautobahn, dem World Wide Web (www), verbunden.

Ihre Internet-Adresse (www) ist Ihre Postadresse. Diese ist einmalig, dürfen Sie aber frei wählen, sofern diese noch verfügbar ist. Ihre Internet-Adresse (Domain) dient auch als Absender für Ihre Post, und zwar als Bestandteil Ihrer E-Mail-Adresse. Zum Beispiel: peter.muster@ihre-internet-adresse.ch. Eine eigene Internet-Adresse nennt man auch: Top-Level Domain.



Kaufen oder selber machen?



Eine Homepage schnell und ohne Fachkenntnisse selber machen, ist heutzutage mit einem Baukasten-System kein Problem mehr. Dies versprechen zumindest Anbieter solcher Lösungen: „Eigene Webseite in 5 Minuten“ ... Die versprochenen 5 Minuten, werden oft zu frustrierenden Stunden. Besonders hartnäckig wird's, wenn man bereits Vorstellungen für die eigene Webseite hat. Dann steht man schnell einmal an. Ohne professionelle Unterstützung ist das kaum möglich. Eine gute Website ist aber wichtig, um sich aus der Masse hervorheben zu können.

„...oder schneiden Sie sich die Haare auch selber?“

Sie haben sich entschieden Ihre Webseite selber zu machen?



Kein Problem. Gehen Sie untenstehende Fragen durch. Sie werden Ihnen bei der Konzeption helfen. Kontaktieren Sie mich, wenn Sie doch nicht weiterkommen noch besser bevor Sie beginnen! Ich berate Sie gerne, damit Sie bereits zu Beginn an alles richtigmachen.

Kaufen – Webseite professionell erstellen lassen!

Wenn einer oder mehrere der folgenden Punkte zutreffen, empfehle ich Ihnen, die Webseite durch einen Profi erstellen zu lassen:

- Sie haben selber keine Zeit / keine Ressourcen
- Die Webseite soll professionell aussehen nach Ihrem Corporate Design gestaltet sein
- Die Internetseite soll einen Shop enthalten
- Die Internetseite soll mit einer bereits bestehenden Webseite-Datenbank verbunden werden
- Sie möchten unabhängig sein (unlimitiert ausbauen, keine Fremdanbieter, die nach ihrem Willen Systemänderungen durchführen, Datenkontrolle).
- Sie wünschen eine persönliche Ansprechperson auch wenn's mal brennt.
- Die Internetseite soll eine spezielle Applikation (z.B. ein Berechnungstool) enthalten
- Sie möchten sich auf Ihr Geschäft konzentrieren und von professionellen Service profitieren.
- Sie benötigen eine Barrierefreie Lösung (nach A-, AA- oder AAA-Standard)
- Sie möchten die Seite für Suchmaschinen optimieren lassen (SEO).

Gedanken, welche Sie sich in jeden Fall machen müssen



Beantworten Sie folgende Fragen. Dies wird Ihr Weg zum Ziel massiv erleichtern. Diese Überlegungen helfen Ihnen, Art und Aufbau der Webseite festzulegen.

Welcher Kategorie ist die Webseite zuzuordnen?

- Geschäft Verein Organisation/Behörde Privat, Künstler

Welche Branche oder Themen befasst Ihre Webseite

Wer soll die Inhalte der Webseite lesen (wer ist Ihre Zielgruppe)?

- (potenzielle) Kunden Bestehende Kunden Gleichgesinnte Familie Freunde

Kennt sich Ihre Zielgruppe mit dem Thema Ihrer Webseite aus oder sind sie «Anfänger»?

- Anfänger Profis

Wie gut ist Ihre Zielgruppe mit dem Medium Internet vertraut?

- sehr gut, ziemlich gut, weniger gut, gar nicht

Wenn die Zielgruppe sowohl vom Thema Ihrer Webseite wie auch vom Medium Internet wenig versteht, sollte Ihre Webseite viele Bilder enthalten und sehr einfach aufgebaut sein. Richten Sie sich jedoch an «Profis», dürfen Sie auch längere, komplexere Texte mit Fachbegriffen verwenden.

Idee und Inspiration



Haben Sie schon eine Idee für Ihre Webseite und den Inhalt? Die Welt muss nicht neu erfunden werden, lassen Sie sich mal von anderen Webseiten inspirieren.

Suchen Sie sich Webseiten welche Ihrem Thema entsprechen. Achten Sie darauf, wenn Sie wenig Bilder einsetzen möchten, dies bei der Auswahl zu berücksichtigen.

www._____

www._____

www._____

www._____

Notieren Sie sich, was Ihnen an anderen Websites gefällt und was nicht.

Top:

Flop:

Material sammeln

Die Inhalte Ihrer Webseite sind kein Neuland für Sie. Das Meiste wird schon vorhanden sein.

Beispiele für eine Firmenwebseite



Textdokumente

- Prospekte oder Broschüren
- Firmenphilosophie
- Vision, Zielsetzungen
- Produktinformationen Dienstleistungen
- Preislisten
- Gebrauchsanweisungen
- _____
- _____
- _____
- _____

Bildmaterial

- Logo
- Briefkopf mit Logo
- Foto des Firmengebäudes
- Foto des/der Firmengründer(s)
- Foto des/der Firmeninhaber(s)
- Foto der Geschäftsleitung
- Foto der Belegschaft / des Teams
- Produktabbildungen
- Lageplan
- _____
- _____
- _____
- _____

Beispiele für eine Vereinsseite



Textdokumente

- Vereinsprospekt (Porträt)
- Infos zum Vereinsthema (z.B. Sportart)
- Statuten
- Mitgliederliste
- Beitrittsbedingungen
- Veranstaltungskalender
- _____
- _____
- _____
- _____

Bildmaterial

- Logo, Sujets, Wappen
- Gruppenbild des Vereins
- Bilder zum Thema des Vereins (z.B. Lokal, Stadion etc.)

- Bilder von Vereinsveranstaltungen
- Symbolische Bilder zum Thema
- _____
- _____
- _____

Was es sonst noch braucht

Wenn Sie eine Firmen- oder Vereinsseite erstellen möchten, sollten Sie auf das «Corporate Design» Rücksicht nehmen.

- Firmen-/Vereinslogo
- Firmen-/Vereinsfarben
- Schriftarten
- _____
- _____

Inhalte filtern

Beim Filtern oder Erstellen von Inhalten (auch „Content“ genannt) beachten Sie folgende Grundsätze:

- Behalten Sie im Hinterkopf, für wen Sie Ihre Webseite machen
- ist die Info für die Zielgruppe interessant oder nicht?
- Weniger ist mehr: keine langen Texte, keine komplizierten Sätze.
- Kein «Fachchinesisch» verwenden, sondern Fachbegriffe umschreiben und erklären.
- Achten Sie darauf, wichtige Keywords zu verwenden (SEO)
- Das Internet ist ein visuelles Medium. Setzen Sie Bilder ein!

Inhalte ordnen

Jetzt wissen Sie, welche Inhalte Ihre Webseite enthalten soll. Machen Sie sich jetzt Gedanken darüber, wie sich die Inhalte ordnen lassen.

Welche Bereiche und Unterbereiche soll die Webseite enthalten? Bauen Sie eine Hierarchie, indem Sie links den Bereich definieren und diesen dann mit Unterbereichen ergänzen.

Layout & Farben und Farbcodes



Die Farben für das Webseiten Layout (Template) ist ein wichtiger Part für «Corporate Design». Dem Logo verwandte Farben wirken auf den Gesamteindruck einer Webseite. Am einfachsten ermitteln Sie Ihre Farben z.B. aus dem Logo oder Prospekt, mittels einem „Color Picker Tool“ oder Bildbearbeitungsprogramm.

RGB Farbcodes (z.B.: #2E74B5 [dieses Dokument Blau](#)).

Erstellen Sie eine Liste mit allen Farbcodes. Sie ersparen sich beim kreieren des Templates viel Zeit.

Tipps zur Suchmaschinenfreundlichkeit



Es ist wichtig, bereits beim Erstellen der Inhalte zu wissen, welche die suchrelevanten Keywords sind. Integrieren Sie diese in Ihre Texte, aber auch in Titel oder Überschriften. Sie können sich viel Aufwand ersparen, wenn Sie dies von Anfang an berücksichtigen.

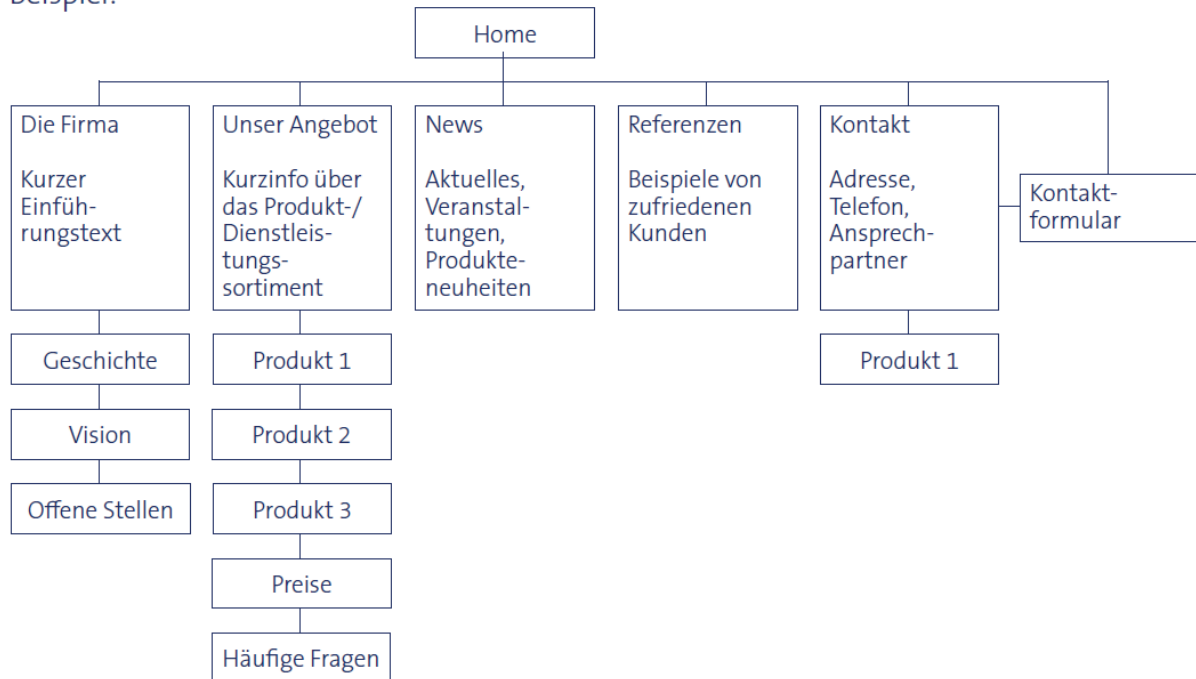
Mehr zu diesem Thema finden Sie im Kapitel [Suchmaschinenoptimierung auf Seite 14](#)

Struktur aufzeichnen – die Sitemap



Aus den Bereichen und Unterbereichen lässt sich die Struktur ableiten. Zeichnen Sie die Struktur sowie alle Verknüpfungen zwischen den Seiten auf. Ein solches Diagramm nennt man Sitemap.

Beispiel:

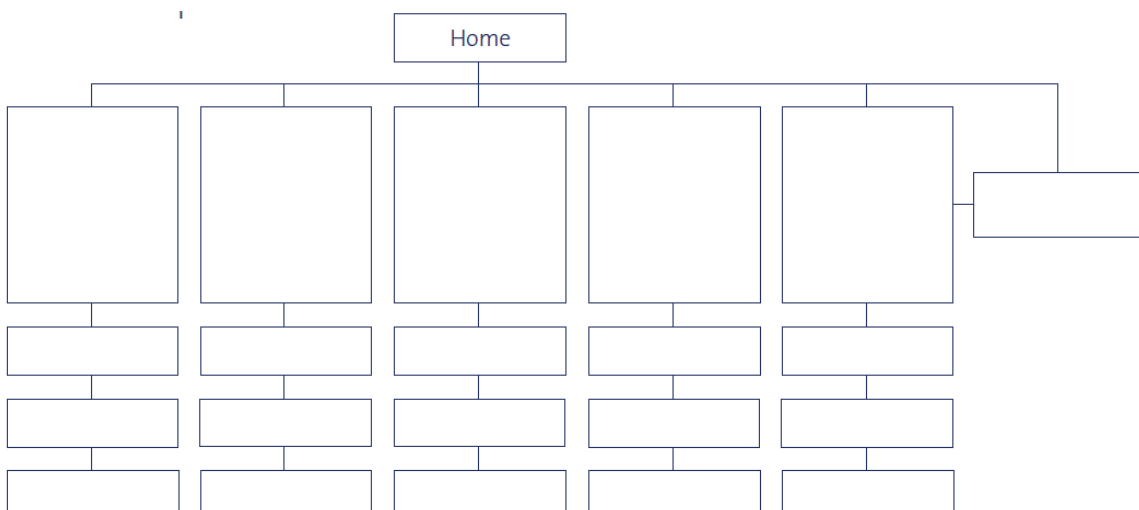


Wichtig ist



- Verwenden Sie einfache Strukturen (wenn möglich nicht mehr als zwei Hierarchie-Ebenen)
- Vermeiden Sie zu viele Verschachtelungen
- Platzieren Sie Kontaktinformationen / Kontaktformulare leicht auffindbar

Meine Sitemap



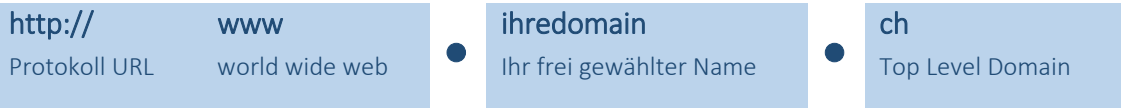
Die Internet Adresse

Was ist eine Internet-Adresse



Jede Webseite wird anhand einer numerischen IP-Adressen (z.B. 212.174.18.54) des Webservers (Hosting) gefunden. Da solche Nummernfolgen jedoch schwierig zu merken sind, wurden alphanumerische Internet-Adressen – so genannte Domain Names – eingeführt. Der komplizierte Zahlencode wird also in einen Namen «übersetzt» und umgekehrt.

Wie sieht eine Internet-Adresse aus?



www.ihrewebsite.ch

Die gängigsten Top Level Domains:

Top Level	Bedeutung	Anwender
.ch	Schweiz	Firmen, Vereine und Private
.li	Liechtenstein	Firmen, Vereine und Private
.com	Commercial	Firmen, Vereine und Private, ursprünglich gedacht für Firmen
.net	Network	Firmen, Vereine und Private, ursprünglich gedacht für Netzwerkbetreiber und Online-Dienste
.org	Organisation	Firmen, Vereine und Private, ursprünglich gedacht für nichtkommerzielle öffentliche Organisationen
.biz	Business	Firmen
.info	Information	Firmen Institutionen und Private. Mehrheitlich Öffentliche Institutionen

Weitere Top Level Domains



Heutzutage gibt es bereits hunderte von Top Level Domain. Nach Kontinente, Business Branchen, Communities oder Sport&Lifestyle

Europa

.alsace .amsterdam .at .ba .barcelona .bayern .be .berlin .bg .brussels .by .bzh .ch .cologne .cy .cymru .cz .de .dk .ee .es .eu .fi .fr .frl .gent .gg .gr .hamburg .hr .hu .ie .im .irish .is .ist .istanbul .it .je .koeln .li .london .lt .lu .lv .md .me .moscow .mt .nl .no .nrw .paris .pl .pt .ro .rs .ru .ruhr .saarland .scot .se .si .sk .tirol .tr .ua .uk .vlaanderen .wales .wien

Generische Domains

.biz .center .com .design .group .info .international .jetzt .net .org .pro .radio .team .tips .world

Business&Commerce

.agency .consulting .deals .expert .gmbh .hotel .immo .immobilien .kaufen .marketing .med .shop .shopping .solutions .store

Web&Community

.app .bio .blog .click .cloud .digital .eco .email .events .mobile .news .one .online .rocks .web

Sport & Liefestyle

.art .audio .bike .cafe .club .coach .family .food .fun .music .party .photography .reisen .sport .studio

Eine weitere grosse Auswahl gibt's auch in Asien, Amerika, Afrika etc.; und es werden immer mehr.

Was ist wichtig bei der Auswahl Ihrer Internet Adresse?



Bei der Auswahl ist die geografische Lage Ihrer Zielgruppe zu beachten. Top Level Domains für Asien werden in europäischen oder amerikanischen Suchmaschinen schlechter gelistet als solche in den entsprechenden Ländern. Sind Sie international tätig (mit verschiedenen Niederlassungen), können mehrere Domains für die entsprechenden Länder von Vorteil sein.

Jede Internet-Adresse ist ein Unikat, es gibt sie weltweit nur ein einziges Mal. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre Wunsch-Internet-Adresse so schnell wie möglich registrieren.

Die Internet-Adresse ist Teil Ihrer E-Mail-Adresse: ihr.name@ihrewebsite.ch

Es gelten folgende Regeln:

- a - z, 0 - 9, -
- keine Umlaute und Sonderzeichen (ä, ö, ü, *, &, +, ,, etc.)
(zwar sind Umlautdomains heutzutage möglich, jedoch nicht so gängig)
- keine Leerzeichen
- nur Kleinbuchstaben

Wenn Ihre Adresse aus mehreren Worten bestehen soll, können Sie diese

- aneinanderschreiben www.ihrewebsite.ch
- mit Bindestrich trennen www.ihre-website.ch

Zudem sollten Sie auf Folgendes achten:

	Etwa so...	So besser nicht...
In der Kürze liegt die Würze	www.huber.ch	www.hansjoerghuberschreineriag.ch
Trennstriche sorgen für Lesbarkeit	www.tv-niederbipp.ch	www.tvniederbipp.ch
Einfache, verständliche Adressen wählen	www.parkhotel-bern.ch	www.phb.ch
Abkürzungen – wenn bekannt und verständlich – nutzen!	www.tcs.ch	www.touringclubderschweiz.ch

Die passende Internet-Adresse



Gehen Sie wie folgt vor, um die für Sie passende und noch freie Internet-Adresse zu finden und zu registrieren:

1. Notieren Sie mögliche Internet-Adressen, die Ihnen gefallen würden.
2. Überprüfen Sie online www.united-domains.ch, welche noch frei sind.
3. Ist .ch schon besetzt? Probieren Sie es mit einer anderen Top Level Domain.
4. Markieren Sie die noch freien Internet-Adressen in Ihrer Liste.
5. Wir erledigen für Sie die Registration der Internet-Adresse.
6. Geben Sie diese einfach bei der Hosting-Bestellung an.

	.ch	.li	.com	.info	.eu	.de	___

Falls Sie bereits eine Adresse reserviert haben, geben Sie sie hier an:

www. _____

Zugangsdaten Domain Verwaltung



Prüfen Sie das Login ihrer Domain-Verwaltungsdienstleister, falls es nötig sein wird, die Nameserver für die neue Webseite anpassen zu müssen. Diese zu beantragen muss u.U. schriftlich auf dem Postweg gemacht werden, was einige Tage in Anspruch nehmen kann. Ärgerlich wenn man die neue Webseite längst online stellen möchte.

Domainverwaltungsfirma: _____

Zugangsdaten: User-ID: _____ Passwort: _____

Das Hosting

Hosting – was ist das?



Jede Webseite braucht ein Hosting. Das ist ein Computer (Server), der dauernd am Internet angeschlossen ist und so sicherstellt, dass Ihre Webseite immer abrufbar ist. Die Server von adiheutschi.ch stehen in einem Hochsicherheits- Rechenzentrum in der Schweiz. Dieses ist vollklimatisiert und verfügt über Notstrom. Alle Daten werden regelmässig gesichert. Techniker überwachen rund um die Uhr, dass alles rund läuft.

Worauf ist bei der Wahl eines Hosting Partners zu achten?

- Kosten. Billig ist nicht immer die beste Option. Der Service ist oft preis abhängig.
- Support – Reaktionszeiten bei Problemen sind abzuklären. Gerade bei Shop oder kommerziellen Webseiten ist dies ein wichtiger Punkt.
- Performance. Die Performance wird leider kaum deklariert. Bei günstigen Hosting-Angeboten teilen sich viele Kunden einen Server, was sich nicht nur auf die Performance auswirkt. Auch das Risiko, dass ein Kunde veraltete Software installiert hat, ist grösser. Dies erhöht das Risiko, dass ein Server gehackt wird und alle Kunden in Mitleidenschaft gezogen werden. Teurere Angebote werden oft durch weitere zusätzliche Schutzmechanismen geschützt.
- Falls Sie auf der Webseite oder Webapplikation mit sensiblen Personendaten (z.B. Patientendaten) operieren, muss der Serverstandort aus rechtlichen Gründen in der Schweiz liegen.
- Kosten einer allfälligen Datenwiederherstellung (Im Optimalfall haben Sie als Kunde Zugriff auf die Backup Lösung und eine Wiederherstellung selber durchführen).
- Auch wenn das Angebot noch so verlockend ist: Bei ausländischen Anbietern wird der Support oft nur in englischer Sprache geführt. Falls Sie damit Mühe haben, wählen Sie lieber Anbieter im deutschsprachigen Raum.
- Zahlung im Voraus, jeweils für ein Jahr ist die Regel. Achten Sie auf die Kündigungsbedingungen.
- Viel Webspace ist kein Verkaufsargument! Standard Webseiten benötigen in der Regel unter 500MB.

Suchmaschinenoptimierung SEO (Search engine optimization)

„Im World Wide Web wartet niemand auf Ihren neuen Internet Auftritt!“



Seien Sie sich bewusst: Im Netz wartet niemand auf Ihren neuen Internet-Auftritt! Ihr Online- Shop wird Sie nicht so schnell in Liefernot bringen!

Der online-Markt ist ein hart umkämpftes Geschäft. Ein stetiger Wettkampf besteht um die ersten Plätze in den Suchmaschinen. Meist sind da permanent Profis am Werk. Prüfen auch den Nischenbereich (Stichwort: Longtail Marketing).

„Suchmaschinenoptimierung ist keine Massnahme, SEO ist ein laufender Prozess“

Trotzdem können Sie auch ohne Profis ihren Mitbewerber hinter sich lassen. Je nach Branche oder regionalen Anbietern kann man mit wenig viel ausrichten.

Onpage Optimierung (Webseite für Suchmaschinenoptimieren)



Das wichtigste ist, sauberen, informativen, qualitativen und ehrlichen Inhalt zu publizieren. Schreiben Sie Ihre Inhalte selber. Somit vermeiden Sie (Double Content). Geklauter Inhalt wird von Suchmaschinen abgestraft.

Content is King!

Ihre Keyword Liste



Notieren Sie in dieser Tabelle, die Keywords welche Ihren Angeboten oder Produkten zutreffen:



Keyword Suchrelevanz Prüfen (Keyword Analyse)

Prüfen der Keywords auf die Suchrelevanz in den Suchmaschinen. Das bedeutet, man prüft, welche passenden Keywords in den Suchmaschinen am meisten eingegeben werden. Diese integriert man dann in den Webseiten.

„Keywords nach denen gesucht werden, sind entscheidend“

Suchrelevante Suchphrasen erkennen Sie mit „Google Suggest“, welche während der Eingabe bereits Vorschläge der häufigsten eingaben anzeigt. Etwas genauere Analysen erstellen Sie mit dem Keyword planer Tool von Google oder Plattformen, welche speziell solchen Service anbieten.

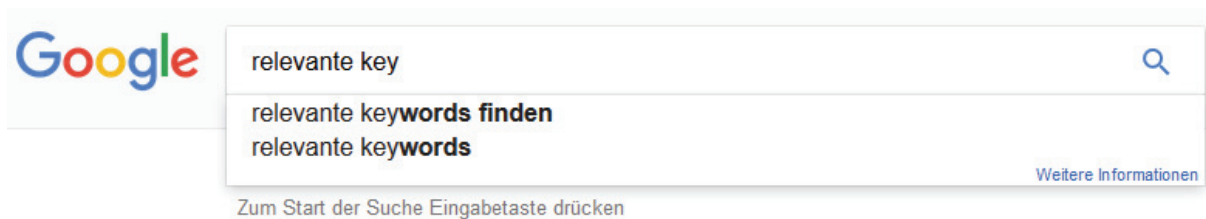


Bild: Google Suggest

Einsetzen von Suchrelevanten Keywords

Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe.

Wenn Sie Wohnmobile vermieten, wird der Besucher eher nach „Wohnmobil mieten“ suchen, als nach „Wohnmobil vermieten“.

„Herzlich Willkommen auf meiner Homepage“

Verwenden Sie auch im **Einleitungstitel** Ihrer Webseite suchrelevante Wörter (Keywords). „Herzlich Willkommen auf meiner Homepage“ ist definitiv nicht suchrelevant. Auch den Besucher interessieren solche Floskeln kaum.

Integrieren Sie die Keywords in Ihren Webseiten an folgenden Stellen, damit Sie die Schlagwortkonsistenz erfüllen.

- Beitragstitel (H1 Tag nur 1x verwenden)
- Untertitel (H2 Tag)
- Inhalt
- Seitentitel
- Title-Tag (10 bis 70 Zeichen)
- Meta-Beschreibung (70 bis 160 Zeichen)
- Alt-Title bei Bilder
- Dateinamen von Bilder

Tipp: Achten Sie darauf, dass Sie den für den Besucher sichtbaren Text, für den Menschen schreiben und nicht nur für die „Roboter“ (Suchmaschine)!

Optimieren Sie jede Ihrer Seite einzeln, oder zumindest die wichtigen, welche Ihre Angebote beschreiben. So wird Ihre Seite welche Ihr Produkt oder Dienstleistung beinhaltet, automatisch zur Landingpage.

Tipp: Verwenden Sie keine globale Meta-Beschreibung. Falls Sie auf einzelnen Seiten keine haben, wird die Suchmaschine auch damit klarkommen. Doppelte Meta-Beschreibungen wirken sich eher negativ auf das Ranking aus.

Suchmaschinenoptimierung ist eine komplexe und Aufwändige Angelegenheit.

Falls Sie Professionelle Unterstützung wünschen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Offpage Optimierung



Weitere Massnahmen zur Suchmaschinenoptimierung und Online Marketing ist die Offpage Optimierung. Optimierungen ausserhalb Ihrer Webseite.

- Backlinkaufbau
- SocialMedia
- Ad Anzeigen (Adwords, BingAds, Facebook, etc.)

Noch Fragen?

Kontaktieren Sie mich. Ich unterstütze Sie gerne!

www.adiheutschi.ch

info@adiheutschi.ch

Falls Ihnen das Dokument geholfen hat, würde ich mich sehr freuen wenn Sie eine Google Rezension hinterlassen würden, es kostet Sie nur wenige Klicks!: <https://goo.gl/ZgD3jx>