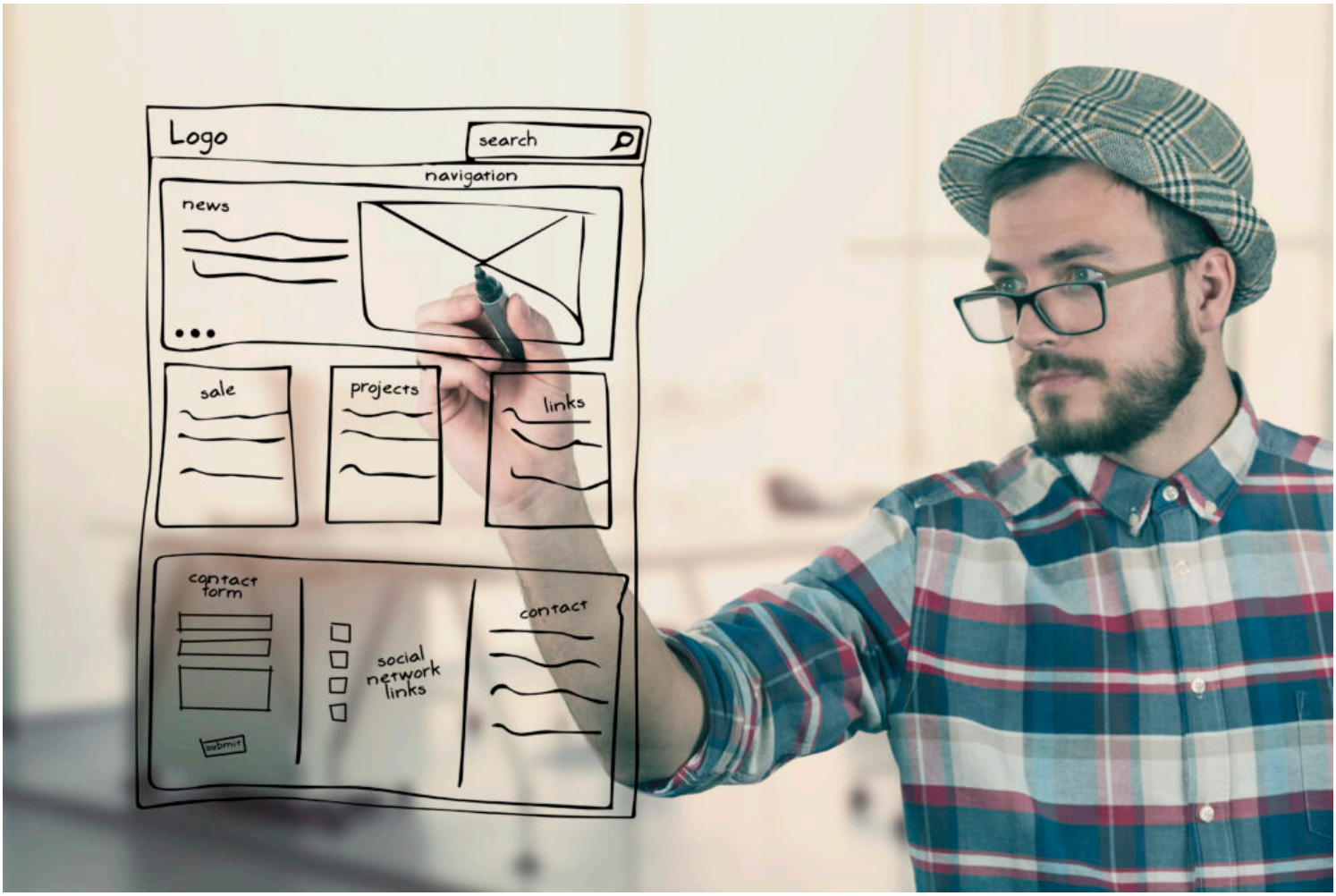
# WAS BRAUCHT EINE PROFESSIONELLE WEBSEITE? - 9 ERFOLGREICHE TIPPS

*Veröffentlicht am 21. März 2019 von Karishma*

Du fragst Dich, was eine professionelle Webseite braucht? Dann haben wir hier die Antworten für Dich.



Wir zeigen Dir, was eine professionelle Webseite braucht!

Du möchtest eine **professionelle Webseite** für Dein Unternehmen erstellen, bist Dir aber unsicher, was Du alles benötigst? Kein Problem, wir sagen's Dir. Wir geben Dir **die besten Tipps** für Deine professionelle Firmen-Homepage und helfen Dir, Deine Kunden und Interessenten erfolgreich im Internet anzusprechen und eine **Top-Platzierung** in den Google Suchergebnissen zu erzielen.

# ÜBERSICHT


- 9 Tipps für Deine professionelle Webseite
  - Analysen & Strategie
  - Die Domain
  - Die Navigation
  - Das Webdesign
  - Der Content
  - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
  - Kontaktdaten, Impressum & Datenschutzerklärung
- Eigene Homepage erstellen – Website-Baukästen, CMS oder Agentur?
- Was braucht eine professionelle Webseite? - Das Fazit


# 9 TIPPS FÜR DEINE PROFESSIONELLE WEBSEITE

## ANALYSEN & STRATEGIE

Bevor Du mit Deiner eigenen Firmen-Website startest, solltest Du Dir ausreichend Gedanken darüber machen, was Du mit dieser bezwecken möchtest. **Setze Dir realistische Ziele**: z.B. Produkte bzw. Dienstleistungen vermarkten, Umsatzsteigerung, Neukundengewinnung, Markenbekanntheit, Informationsbereitstellung, usw. **Definiere Deine Zielgruppe**: dazu ist eine gründliche Analyse Deiner Anspruchsgruppe erforderlich. Finde heraus, welche Interessen diese hat und segmentiere sie nach demografischen Aspekten (Alter, Geschlecht und Ort), sozioökonomischen Merkmalen (Beruf und Bildungsstand), psychografischen Merkmalen (Einstellung, Bedürfnisse, etc.), Online Aktivität und Kaufverhalten. Auf Basis dieser Daten stimmst Du im Nachgang Deine Webseiten-Inhalte und Informationen ab.

Neben der Analyse Deiner Zielgruppe ist der nächste wichtige Schritt das Durchleuchten Deiner **Konkurrenz**. Schau Dir die Webseiten Deiner Wettbewerber an. Wie sind diese online aufgestellt, welche Informationen bieten sie und was kannst Du besser machen? Dein Internet-Auftritt sollte einzigartig sein, dennoch kannst Du dich an Deiner Konkurrenz orientieren.

Analysiere, welche **Keywords** (Schlüsselwörter- z.B. „Online Marketing Agentur“) zu Deiner Branche passen und oft von Deiner Zielgruppe gesucht werden sowie zu welchen Begriffen Deine Wettbewerber ranken. Dies kannst Du einfach direkt über die Suchmaschinen wie Google & Co (z.B. Google Suggest) machen oder aber Du nutzt das Angebot von Dienstleistern wie AnswerThePublic, Ubersuggest, usw. Wähle nach Suchvolumen (also Häufigkeit der Suchanfragen) die passenden Keywords aus und optimiere darauf Deine Webseiten-Texten. Wie genau das geht, erfährst Du an dieser Stelle.

## DIE DOMAIN

Jede Webseite benötigt eine öffentliche Internet-Adresse, unter der sie erreicht werden kann. Überlege Dir daher eine aussagekräftige und kurze **Domain** (z.B. www.media-company.eu). Sie sollte nicht zu lang sein, denn seien wir ehrlich, wer merkt sich das schon. Spurte Dich und lasse sie schnell sichern.

Erstelle eigene und professionelle **E-Mail-Adressen** für Dich und Deine Mitarbeiter und nutze Deine Domain, z.B. info@media-company.eu.

Sorge für den Schutz der Daten Deiner Website-Besucher und stelle eine sichere Verbindung zu Deiner Webseite mittels **SSL-Verschlüsselung (https)** bereit. Mehr dazu gibt es in unserem Blogartikel HTTPS und SSL Verschlüsselung.

## DIE NAVIGATION

Hierbei handelt es sich um die **Struktur** und den Wegweiser Deiner Webseite. Achte dabei darauf, dass diese einfach und **instinktiv** für den User ist. Vermeide lange Begriffe oder Phrasen. Wähle kurze und prägnante Navigationspunkte, die dem Hompage-Besucher dennoch verdeutlichen, was sich hinter diesen und auf den jeweiligen Unterseiten verbirgt. Bei manchen Webseiten wie z.B. bei Online-Shops empfiehlt es sich zusätzlich, eine Suchfunktion anzubieten.

## DAS WEBDESIGN

Das wichtigste Kriterium, was das Webdesign Deiner Homepage erfüllen muss, ist: **Benutzerfreundlichkeit**!

Im Fokus sollte immer der User liegen, denn dieser wird die Webseite schließlich besuchen und muss sich dort leicht zurecht finden. Lege daher Dein Augenmerk auf **User Experience** (UX) und **User Interface** (UI) und biete so den Besuchern Deiner Website ein Nutzererlebnis und intuitive Anwendung. Weiteres zur Usability von Homepages findest Du in unserem Blogartikel „7 Tipps für benutzerfreundliche Webseiten“.

Bei der farblichen Gestaltung solltest Du Dich an Deinem **Corporate Design** orientieren. Deine Außenpräsentation sollte im Einklang mit Deinem Online Auftritt sein. Und natürlich muss Dein Firmenlogo präsent auf Deiner Webseite sein.

Verwende sogenannte **Call-To-Action Buttons**, um User zu einer bestimmten Handlung zu bewegen (z.B. Produkte kaufen, Mehr erfahren, usw.) und biete ein **Kontaktformular**

zur vereinfachten Kontaktaufnahme an. Generell sollte Deine Kontaktseite bzw. Deine Kontaktdaten immer ersichtlich und leicht zu finden sein – ob für Kundensupport bei Problemen oder die Anfrage zur Beratung.

Deine Webseite sollte zudem über mobile Endgeräte erreichbar sein und ideal dargestellt werden. Dies stellst Du mit **Responsive Webdesign** sicher. Optimiere Deine Homepage für Smartphones, Tablets und diverse Internetbrowser, um Usern barrierefreien Zugriff zu gewähren. Was genau Responsive Design ist und worauf Du dabei achten solltest, erfährst du in unserem Blogbeitrag „Responsive Webdesign".

## DER CONTENT

Der **Content** – also der Inhalt – Deiner Webseite sollte auf Deine Zielgruppe abgestimmt und informativ sein. Biete Usern Lösungen für ihre Probleme an und bringe ihnen komplexe Themen **verständlich** bei. Nichts zeugt mehr von Expertise als ein Profi, der Laien Fachthemen anschaulich erklären kann. Nutze dafür Formate wie Blogs oder eine FAQ-Seite.

Es reicht nicht nur einen Text einmal zu verfassen, Du solltest Deine Inhalte **regelmäßig aktualisieren**. So schaffst Du bei Deiner Leserschaft Vertrauen und Webseiten-Besucher kommen garantiert wieder, wenn sie Dich als besonders glaubwürdige Informationsquelle sehen.

Halte Dich kurz und prägnant und vermeide verschachtelte Sätze. Aufzählungen und Listen (z.B. Vorteile, Produktdaten, etc.) sind gerne gesehen und lockern das Contentdesign auf. Setze auf auffällige CTA-Buttons, um den User zu einer Handlung zu aktivieren.

Biete **Unique Content** an: also einzigartige Inhalte, die sich von der Konkurrenz abheben und dem User einen Mehrwert sichern. Das Gegenteil von Unique Content ist Duplicate Content und somit kopierte Inhalte. Vermeide Texte wortwörtlich von anderen zu übernehmen, denn das könnte bei Suchmaschinen wie Google & Co zu Abstrafen und somit Ranking-Einbüßen führen.

Informationen zu Deinem Unternehmen haben sich für professionelle Webseiten bewährt. Handelt es sich aber um einen Online-Shop, kannst Du die **Unternehmensinformationen** auch in den Hintergrund setzen und den Fokus auf Deine Produkte legen.

## SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Für ein Top-Ranking in den Google Suchergebnissen ist **Suchmaschinenoptimierung** (SEO) unverzichtbar. Diese lässt sich in Onpage und Offpage unterteilen.

## ONPAGE OPTIMIERUNG

**Onpage Optimierung** bezeichnet technische als auch inhaltliche Maßnahmen auf der Website. Das beinhaltet zum einen die Texte Deiner Homepage: diese solltest Du auf branchenrelevante **Keywords** optimieren. Im Vorfeld hast Du Dir bereits Gedanken über wichtige Schlüsselwörter gemacht und das Suchvolumen studiert. Stimme nun Deine Webtexte bzw. Deinen **Content** darauf ab und verwende die Keywords auch in den **Metadaten** – diese bestehen aus Titel und Beschreibung und werden im Quellcode Deiner Seite angegeben und in den Suchergebnissen angezeigt. Und wo wir gerade beim Code sind: strukturiere Deine Daten, d.h. dass Du im Code bestimmte Hinweise (Tags) verwendest, die Suchmaschinen zeigen, welche Inhalte relevant sind. So kann Google Deine Seite leichter auslesen und in den Google Index aufnehmen.

Neben einzigartigen Webtexten spielen **Bilder** und unterstützende Grafiken sowohl für Suchmaschinen als auch für die Webseiten-Besucher eine wichtige Rolle. Denn so kannst Du die **Verweildauer** erhöhen. Dies signalisiert Google die Relevanz Deiner Seite und hat positive Auswirkungen auf Dein Ranking.

Ein weiterer wichtiger Faktor für Google ist der **Pagespeed**, also die Ladegeschwindigkeit Deiner Homepage – wobei, nicht nur für Suchmaschinen, sondern auch für den User ist die Ladezeit besonders relevant. Seien wir mal ehrlich, wer möchte so lang warten, bis eine Webseite vollständig geladen ist und wer schließt nicht nach 3 Sekunden den Browser-Tab. Sei nicht der geschlossene Tab und achte auf hohen Pagespeed.

Setze innerhalb Deiner Homepage **interne Links** und verlinke von einer Unterseite auf die andere. Auch hiermit strukturierst Du Deine Webseite und erhöhst ihre Sichtbarkeit für Google & Co.

## OFFPAGE OPTIMIERUNG

Die Offpage Optimierung bezeichnet – wie Du wahrscheinlich schon ahnst – jegliche Maßnahmen außerhalb der Website. Dazu gehört Deine **Social Media** Aktivität – ja genau, Du hast richtig gehört. Ob Du in den sozialen Medien unterwegs bist, hat Einfluss auf Dein Google Ranking. Wie kann das sein? Social Signals wie Liken, Teilen und Kommentieren zeigen Suchmaschinen, dass User gerne mit Deinen Inhalten interagieren und schon steigt Deine Positionierung. Ok, nicht ganz, aber es trägt dazu bei. Du kannst z.B. Deine Facebook-Seite oder Deinen Instagram Account auf Deiner Webseite verlinken und umgekehrt. So kannst Du den Traffic für Deine Website ankurbeln.

**Backlinks** – also Verlinkungen, die von thematisch gleichen Seiten auf Deine verweisen – zeigen Suchmaschinen, dass Deine Homepage eine interessante Informationsquelle ist und unterstützen Dein Ranking.

Neben Social Media und Backlinks ist ein aktueller und gepflegter Google My Business Eintrag für Deine Kunden und Interessenten relevant. Suchen User z.B. nach „Restaurant Neuss“ wird Dein Unternehmen dort angezeigt. User erhalten einen Überblick über die wichtigsten Informationen wie Adresse, Öffnungszeiten, Bewertungen, Fotos usw. Erstelle einen professionellen Brancheneintrag und überzeuge Deine potenziellen Kunden. Via Google Maps können sich diese direkt zu Dir navigieren lassen oder aber einfach mit einem Klick Deine Webseite besuchen.

Mehr zur Suchmaschinenoptimierung gibt’s hier.

## KONTAKTDATEN, IMPRESSUM & DATENSCHUTZERKLÄRUNG

Die Kontaktdaten sind natürlich, wie

bereits erwähnt, besonders wichtig. Stelle diese daher für Website-Besucher leicht zur Verfügung. Am besten in die untere Menüleiste (Footer) Deiner Webseite. Rechtliche Angaben wie das Impressum oder die Datenschutzerklärung sind bei einer professionellen Homepage Pflicht. Die Links zu diesen Unterseiten sind meist im Footer zu finden und müssen mit einem Klick erreichbar sein.

## EIGENE HOMEPAGE ERSTELLEN – CMS, WEBSITE-BAUKASTEN ODER AGENTUR?

Es gibt drei Möglichkeiten, Deine eigene Webseite zu erstellen: zum einen gibt es vielseitige **Website-Baukästen** oder **Content-Management-Systeme (CMS)** wie WordPress und zum anderen Webdesigner oder **Agenturen**.

## WEBSITE-BAUKÄSTEN & CMS

Mit Website-Baukästen kannst Du Dir Deine Webseite selber zusammenbasteln. Dir werden verschiedene Layouts angeboten, aus denen Du das passende für Deine Ziele aussuchen kannst. Fülle die Designelemente mit Deinen Inhalten.

Content-Management-Systeme (CMS) wie Typo3 oder WordPress bieten Dir auch die Möglichkeit aus bestehenden Templates zu wählen und individuellen Content einzusetzen.

Beide Varianten sind teilweise kostenlos und ermöglichen Dir die Erstellung Deiner Webseite **ohne Programmierkenntnisse**. Bei CMS musst Du Dich allerdings selbst um das Einrichten Deiner Domain und das Hosting Deiner Webseite kümmern und einen Anbieter finden. Website-Baukästen wie Jimdo & Co hosten Deine Homepage und übernehmen technische Updates. Zudem hast Du dort immer den Kundensupport an Deiner Seite. Oftmals sind Baukasten-Homepages nicht über eine eigene Domain, sondern über

eine Subdomain (domain.strato.de) erreichbar – dies wirkt natürlich nicht allzu professionell.

Weder CMS noch Website-Baukästen bieten Dir **Suchmaschinenoptimierung** an – bzw. höchstens in der **kostenpflichtigen Version**. Und wie bereits erwähnt, ist SEO besonders wichtig, um oben in den Suchergebnissen zu landen und aufmerksam auf sich zu machen. Beachte auch, dass komplexe Webseiten (viele Unterseiten, Online-Shops mit einem großen Angebot an Produkten), Responsive Webdesign oder SSL-Verschlüsselung in der kostenfreien Version meistens nicht unterstützt werden.

## AGENTUREN

Mit einer **Agentur** schlägst Du gleich drei Fliegen mit einer Klappe: Du hast für jeden Bereich – Design, Content und technische Umsetzung – einen Experten an Deiner Seite. Diese sind spezialisiert auf ihrem Gebiet und können so das Beste für Dich rausholen. **Benutzerfreundlichkeit** und **Suchmaschinenoptimierung** werden bei der Erstellung Deiner Seite groß geschrieben. Der User bzw. Deine potenziellen Kunden stehen im Fokus und werden dank intuitiven und ansprechenden Webdesigns durch die Seite geleitet. Hochwertige keywordoptimierte Webtexte ermöglichen eine gute Platzierung und Auffindbarkeit in den Suchmaschinen.

Deine Webseite wird **individuell** nach Deinen Wünschen und Vorstellungen erstellt – und Du brauchst nicht einmal Kenntnisse von Programmierung oder Suchmaschinenoptimierung ;) Das übernehmen die Profis für Dich. Diese kennen sich mit den Kriterien für eine professionelle Webseite aus und erstellen diese anhand der Vorgaben für einen kompetenten Auftritt im Internet.

Die Agentur Deines Vertrauens **übernimmt** für Dich bei Bedarf das Einrichten der Domain, das Hosting der Seite und regelmäßige notwendige Optimierungen. Außerdem trägt sie Sorge dafür, dass Deine Webseite auf mobilen Endgeräten und in verschiedenen Internetbrowsern optimal dargestellt wird (**Responsive Webdesign**) und die Daten Deiner Website-Besucher geschützt sind (SSL-Verschlüsselung).

Den ultimativen Vergleich der drei Möglichkeiten zur Website-Erstellung findest Du in unserem Blogartikel "Webseite selber erstellen oder machen lassen".

# WAS BRAUCHT EINE PROFESSIONELLE WEBSEITE? – DAS FAZIT

Um im Internet erfolgreich zu sein und neue Kunden zu gewinnen, ist eine professionelle Webseite unabdingbar. Nichts verjagt User mehr als eine unübersichtliche Homepage, die lange lädt, nicht ansprechend aussieht und nicht richtig funktioniert.

Mit Content-Management-Systemen wie WordPress, Website-Baukästen oder einer Agentur kannst Du Dir eine hochwertige Webseite erstellen bzw. erstellen lassen, die aufmerksam macht und Interessenten überzeugt. Deine Seite sollte **strukturiert** – sowohl Design und Content als auch Code – und leicht zu nutzen sein als auch den **SEO-Kriterien** entsprechen. Deine Inhalte sollten auf Deine **Zielgruppe** abgestimmt und wichtige **Keywords** Deiner Branche optimiert sein.

Allerdings ist es mit der Erstellung der Webseite nicht getan: da Google selbst nie still steht und seinen Algorithmus immer weiterentwickelt, sollte auch Deine Homepage mit der Zeit gehen und stets aktuell sein. Außerdem ist Deine Platzierung in den Suchergebnissen leider nicht beständig, d.h. fortlaufende Analysen und technische sowie inhaltliche **Optimierungen** sind Pflicht. Mittels **Google Analytics** kannst Du die Performance Deiner Webseite und das Verhalten der User auf Deiner Homepage analysieren und Potenziale aufdecken sowie Maßnahmen ableiten.

Du hast noch Fragen oder möchtest weitere Tipps für das Erstellen einer professionellen Webseite erhalten? Dann hinterlasse uns einfach einen Kommentar oder melde Dich bei uns.

Kontakt aufnehmen