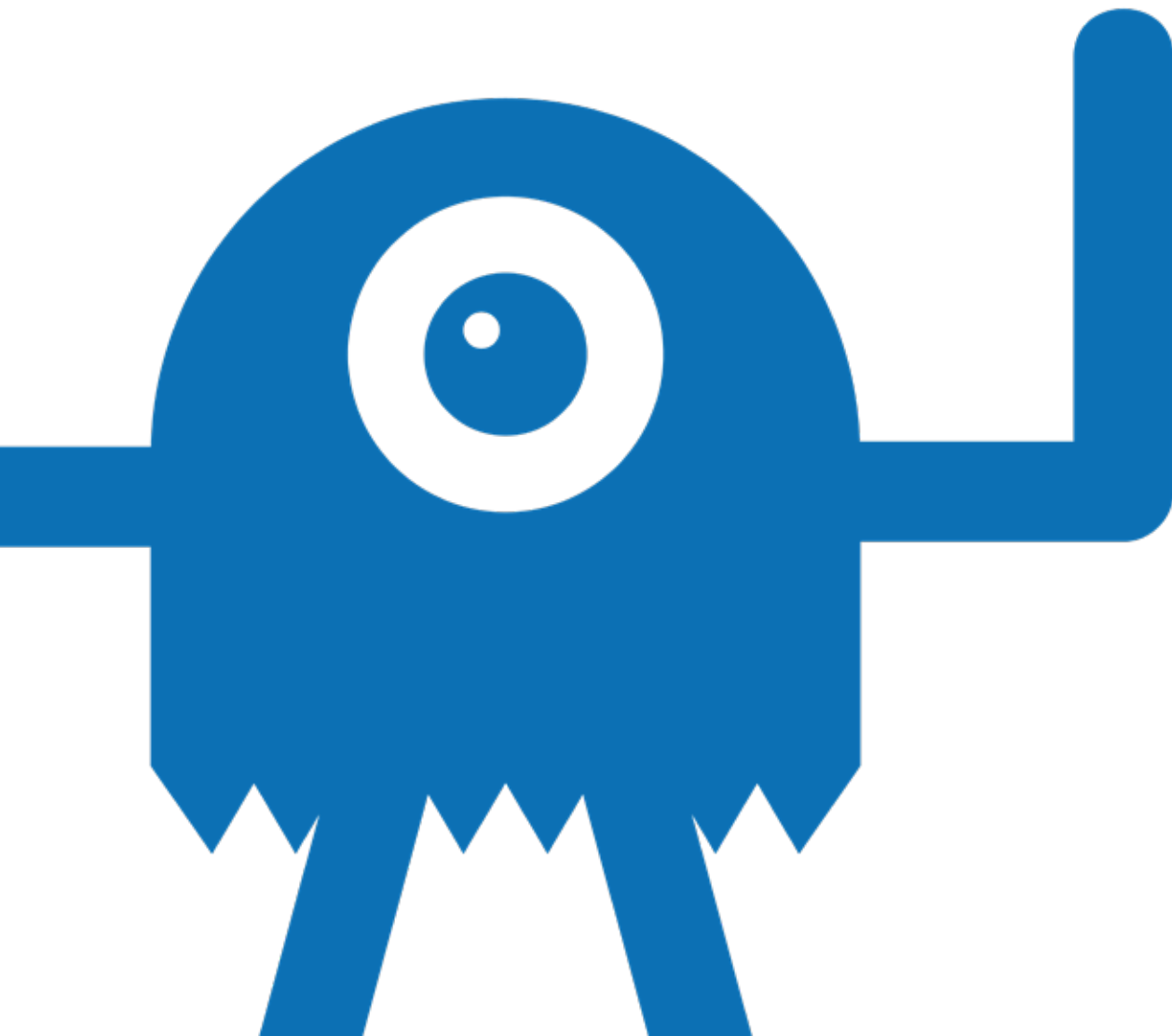




# 10+3+1 Merkmale für Deine außerirdisch gute Website





## 1. Design / Visuelle Gestaltung

Du hast immer nur eine Chance für einen positiven ersten Eindruck – dies gilt vor allem bei Webseiten. Ein professionelles Design lenkt das Augenmerk des Users auf die wesentlichen Informationen, bietet eine klare Struktur und eine exzellente Usability. Sollte die Persönlichkeit Deiner Firma bereits in einer Corporate Identity erfasst sein, muss sich diese auch im Design der Unternehmenshomepage widerspiegeln. Dem guten Designer liegt es im Blut, unter dem Gesichtspunkt der Gestaltungsgesetze die richtige Anordnung für Deinen Content zu finden und er trifft die passende Bildauswahl. Es lohnt sich: Das Auge isst immer mit und hat einen monsternmäßigen Hunger!



## 2. Responsive Design

Die Zeiten, in denen wir Webseiten nur über den Bildschirm des heimischen Rechners betrachtet haben, ist lange vorbei. Ein Webdesign muss heutzutage reibungslos für unterschiedliche Endgeräte mit variierenden Screengrößen tauglich sein. Egal ob Smartphone, Tablet oder Desktop – verändert sich die Bühne, müssen die Akteure darauf, wie z. B. Menüs, Schriften oder Bilder, sich ohne große Widerrede in die geänderte Ansicht einfügen. Responsive Design sorgt dafür, dass alle Elemente wissen, wo sie zu erscheinen haben, wenn sich was dreht. So bleiben eine gute Usability und die optimale Lesbarkeit gewährleistet.



## 3. Ladezeit / Geschwindigkeit

Wenn Dein (potentieller) Kunde etwas von Dir will, sollte Ihre Website sie oder ihn nicht warten lassen. Kurze Ladezeiten halten die Aufmerksamkeit des Nutzers hoch und seine Nerven in Zaum. Falsch eingebundene oder zu große Bilder, bereinigte Datenbanken und nacheinander ladende Inhalte, wie z. B. bei linearisierten PDFs, senken sogar Deine Kosten. Bei geringeren Ladezeiten zahlst Du weniger für Werbeanzeigen bei Google Ads oder Facebook. Der Such-Algorithmus von Google sieht das genauso. Die Ladezeit einer Homepage ist ein wichtiges Kriterium, dass Ihre Platzierung unter den Suchergebnissen nachhaltig beeinflusst.





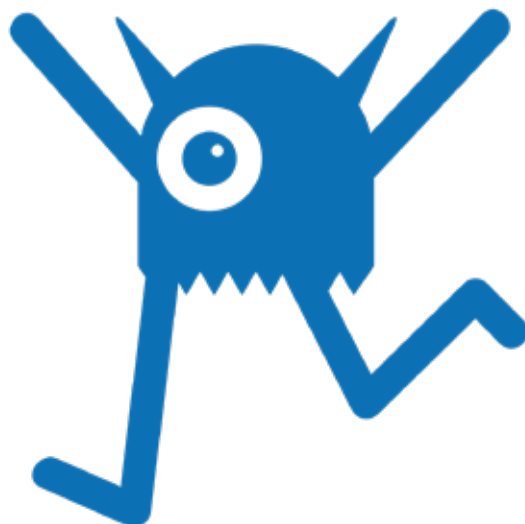
## 4. Inhalt / Content

Bei der Gestaltung der Inhalte empfiehlt es sich, nicht zum den heißen Brei herumzureden. Guter Content ist relevant, informativ und vor allem klar strukturiert. Er sollte außerdem auf Deine Zielgruppe zugeschnitten sein – sprich: die Sprache Deines Users sprechen. Eine Webseite ist keine Doktorarbeit und ist idealerweise mit einfacher, verständlicher Sprache befüllt (es sein denn, Dein Business dreht sich um wissenschaftliche Arbeiten...). Biete Zusammenfassungen an, bevor der User von komplexem Content überfordert ist. Des Weiteren macht Abwechslung gelungene Inhalte aus: Bebildere Deine Texte und lockere die Information mit einem ansprechenden Video auf. Und eines ist ganz klar: Doppelt gemoppelt hält hier auf keinen Fall besser! Dein Content sollte so einzigartig (unique) sein wie Dein Unternehmen.



## 5. Benutzerfreundlichkeit

Gestalterische Schönheit und informativer Content nutzen nichts, wenn Deine Homepage hinsichtlich der Bedienbarkeit schwächelt. Weniger ist manchmal mehr: Laut der These von George A. Miller reichen  $7 \pm 2$  Menüpunkte in der Navigationsleiste völlig aus, alles andere über- oder unterfordert den Besucher. Umwege lassen den User verzweifeln – führe ihn schnell zu den gewünschten Inhalten. Diese solltest Du zudem immer auf dem aktuellen Stand halten, und, wie bereits beim Thema Content erwähnt, durch multimediale Inhalte in ihrer Komplexität begrenzen. Hier ist auch die Barrierefreiheit ein wichtiges Thema. Deine Texte sollten für alle lesbar sein und keine Kopfschmerzen verursachen.





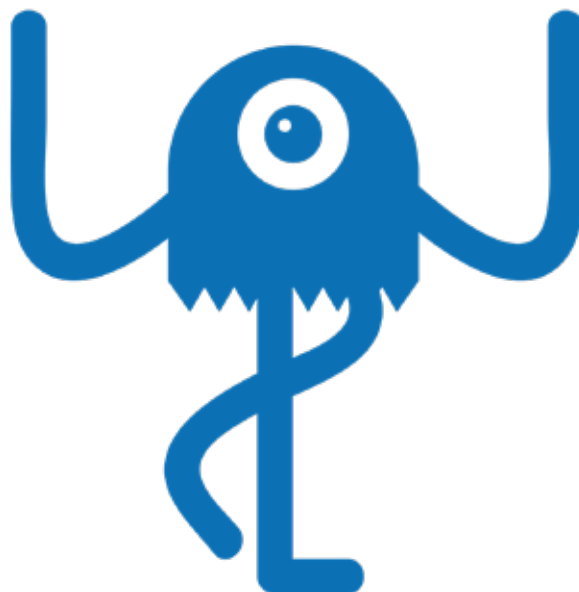
## 6. Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Viele der Punkte, die im Zusammenhang mit der SEO relevant sind, haben wir bereits besprochen: Schnelle Ladezeiten, relevanter Content und Tauglichkeit auf allen Endgeräten sind Beispiele hierfür. Wichtig ist aber, dass Du Dir vorab – mit einem professionellen Partner oder ohne – Gedanken über die grundsätzliche Ausrichtung Deiner Homepage machst. Wen willst Du ansprechen und welche Keywords gibt Deine Zielgruppe bei der Google-Suche ein? Das Finden relevanter Suchbegriffe und auch die technische Optimierung Deines Webangebots sind ein intensiver Prozess. Auch die Struktur der Inhalte entscheidet mit: Ein News-Artikel ist ein News-Artikel, ein Rezept ist ein Rezept und muss als solches wiedererkannt werden. Wenn dann auch noch die Anpassung der Meta-Informationen für die Google-Ergebnisse stimmt, ist Deine Webpräsenz ein gefundenes Fressen für den Suchalgorithmus.



## 7. Kompatibilität

Eine Webseite sollte nicht nur auf diversen Endgeräten lauffähig sein. Sie muss auch auf verschiedenen Browsern wie Chrome, Firefox, Safari oder Edge funktionieren, ebenso wie unter den gängigen Betriebssystemen Windows, MacOS und Linux. Zwar denken die Browser mittlerweile weitestgehend gleich, aber die Interpretationen des HTML-Codes können ab und an noch geringfügig abweichen. Hier ist ausführliches Testen angesagt, damit jeder User in seiner individuellen Umgebung ein ordentliches Ergebnis beim Aufruf Deiner Seite präsentiert bekommt.





## 8. Sicherheit

Das Thema Sicherheit liegt allen am Herzen, die im WWW unterwegs sind. Biete daher Deinem Kunden mit Deiner Unternehmenshomepage einen sicheren Hafen: Eine SSL-Verschlüsselung und professionelles Hosting sind keine Nice-to-haves, sondern Standard. Dazu sollten keine sensiblen Daten, wie z.B. Kreditkarteninformationen direkt abgefragt werden oder bei Deinen bereitgestellten Downloads auf der User-Seite die Alarmglocken läuten. Wenn Du dann noch Dein CMS regelmäßig aktualisierst, externe Links einer ständigen Prüfung unterziehst und ausschließlich starke Passwörter verwendest, bist Du – im wahrsten Sinne des Wortes – auf der sicheren Seite.



## 9. Interaktivität

Wieso alles allein erledigen? Gibt Deiner Zielgruppe die Möglichkeit, sich aktiv an der Website zu beteiligen! Formulare, Umfragen oder Kommentarfunktionen bereichern das Angebot und fördern den Dialog. Dies ist nicht nur ein Gewinn für die Homepage, sondern eventuell auch für das Know-How Deines Unternehmens, insofern Du Dir angewöhnst, aktiv in die Moderation einzusteigen. Seit das Internet aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken ist, ist die Meinung aller gefragt und Diskussionen führen zu Content ebenso wie zu kreativen Lösungen. Lassen Sie sich auf das Feedback ein und geben Sie dem User die Möglichkeit zum Austausch!



## 10. Aktualität

Eine gute Webseite wird niemals fertig! Diesen Satz solltest Du stets beherzigen. Denn regelmäßige Aktualisierung erspart Missverständnisse, während veraltete Inhalte einen äußerst negativen Eindruck erwecken. Erspare dem Nutzer die Ernüchterung beim Klicken auf fehlerhafte Links und auch der neueste Blogbeitrag sollte nicht drei Jahre alt sein. Google wird Dich dafür lieben, denn wer ständig den Algorithmus mit frischem, relevanten Content füttert, macht sich interessant, ganz gleich, ob Du die breite Masse bedienen möchtest oder eine Nische besetzt. Halte den User auf Trab! Niemand geht gerne auf eine Seite, auf der, was News angeht, tote Hose herrscht.





## Plus 3



### 1. Domain

Der Name Deiner Domain sollte kurz, prägnant und aussagekräftig sein. Ein guter Domainname enthält in jedem Fall einen deutlichen Hinweis auf die Dienstleistungen, die darunter angeboten werden. Im Idealfall kommt er ohne Bindestriche und Zahlen aus. Entscheidend ist letztendlich Deine Zielgruppe – fühlt diese sich nicht angesprochen, landen potenzielle Kunden nicht auf der Seite.



### 2. Rechtssicherheit

Datenschutzverstöße Google Fonts, das Fehlen zwingender Angaben oder falsche Kommunikation der Preise – leider werden es der rechtlichen Fallen nicht weniger. Hier lohnt es sich, in regelmäßigen Abständen über das eigene Webangebot zu werfen, im besten Falle mit einem Experten an der Seite. Die Basis für eine rechtssichere Online-Präsenz bilden weiterhin ein sauberes Impressum und eine unter juristischen Gesichtspunkten einwandfreie Datenschutzerklärung. Diese beiden Seiten dürfen nicht aus dem Angebot Deiner Website entfernt werden und sollten ständig auf dem aktuellen Stand sein. Wenn Du Dir die genannten Punkte vornimmst, gibst Du den Abmahn-Anwälten keine Chance.



### 3. Schone die Nerven des Users

Geh dem Besucher Deiner Homepage nicht auf den Geist, indem Du ihn mit Reizen und aufgezwungener Interaktion überforderst. Der Cookie-Banner sollte schnell wezuklicken sein und nicht wieder auftauchen, Push-Benachrichtigungen braucht niemand wirklich. Wenn Dein User sich für Deinen Newsletter interessiert, wird er die Anmeldung in Deinem gut strukturierten Webangebot schon selbst finden. Auch eine Altersverifizierung überflüssig und bremst den Nutzer auf seinem Weg zu den gewünschten Informationen. Diese Einstellung findest Du krass und so gar nicht interaktiv? Sicher haben diese Funktionen Ihre Berechtigung, doch leider führen sie viel zu oft zu Alt + F4.

## Plus 1



### Hosting und Service

Du fragst dich, wie Du das alles alleine schaffen sollst, was wir in Punkt 1-13 besprochen haben? Das geht – mit einem zuverlässigen Hosting-Partner an Deiner Seite. Ein schnelles und vor allem DSGVO-konformes Hosting (am besten in Deutschland) schafft das Fundament für Deinen einzigartigen Webauftritt. Eine vernünftige Agentur betreibt nicht nur Pixelkunst und macht schlagfertige Slogans, sie beherrscht zudem auch das technische Fach perfekt.

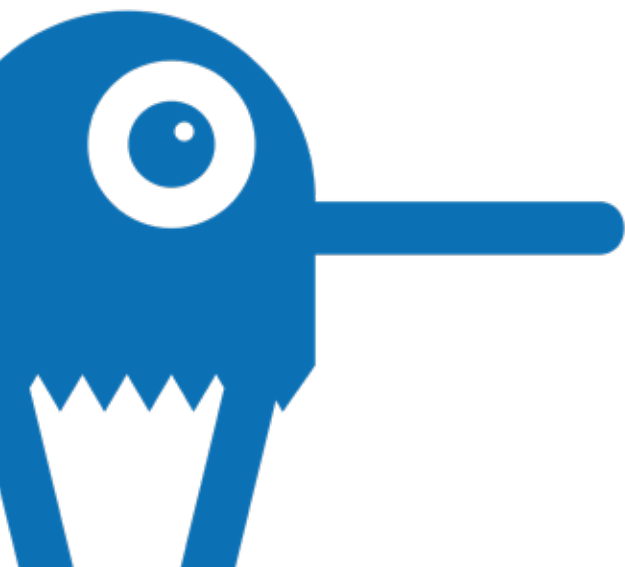
### Alles klar soweit?

Wir sind auf Seite 7 angekommen... Da war doch was mit der verflixten Zahl 7... Bevor Mr. Miller recht behält und Deine und unsere Aufmerksamkeit sinkt, kommen wir zum Ende.

Selbstverständlich wünschen wir Dir viel Spaß beim Bauen und Pflegen Deiner Homepage. Wir hoffen, unsere Tipps machen Dir dein Online-Leben leichter.

Doch Halt: Brauchst Du vielleicht Unterstützung durch eine ebenso gigantisch kreative wie kolossal professionelle Agentur?

Ruf uns an unter **0 22 34 / 99 66 0** oder maile uns unter **info@terramedia.de**





terramedia

