Eigene Website; darauf sollten Sie achten

Eine Website ist heute weit mehr als eine digitale Visitenkarte. Sie ist für viele Unternehmen einer der wichtigsten Marketing- und Vertriebskanäle und oft der **erste Kontaktpunkt** mit potenziellen Kunden und Interessenten.

Innerhalb weniger Sekunden entsteht ein Eindruck: Wirkt das Unternehmen professionell? Finde ich schnell, was ich suche? Kann ich diesem Anbieter vertrauen?

Gleichzeitig erwarten Suchmaschinen wie Google eine Website, die schnell, technisch sauber, verständlich und für Smartphones geeignet ist.

Beim Erstellen einer Website wird trotzdem oft zuerst an das Design gedacht. Das Aussehen ist wichtig, aber es ist nur ein Teil einer guten Website. Ebenso wichtig sind eine klare Struktur, gute Inhalte, einfache Bedienung, Suchmaschinenoptimierung, Sicherheit und regelmässige Pflege.

1. Zuerst das Ziel des neuen Internetauftritts festlegen

Bevor eine Website gestaltet wird, sollte eine einfache Frage beantwortet werden:

Was soll die Website erreichen?

- neue Kundinnen und Kunden gewinnen
- Dienstleistungen oder Produkte präsentieren
- Anfragen und Offerten erhalten
- Beratungstermine ermöglichen
- Informationen bereitstellen
- Produkte direkt verkaufen

Ebenso wichtig ist die Frage: **Wer soll die Website besuchen?**

Eine Website für einen lokalen Handwerksbetrieb muss beispielsweise anders aufgebaut sein als ein Onlineshop oder die Website eines Vereins.

Je klarer das Ziel und die Zielgruppe definiert sind, desto einfacher wird die Gestaltung der gesamten Website.

2. Einen passenden Domainnamen wählen

Die Domain ist die Internetadresse Ihrer Website, zum Beispiel www.meinefirma.ch.

Ein guter Domainname sollte möglichst

- kurz und einfach sein
- leicht zu merken und zu schreiben sein
- zum Unternehmen oder Angebot passen
- möglichst wenig Sonderzeichen enthalten
- langfristig funktionieren und nicht einem kurzfristigen Trend folgen

Ein Begriff aus dem eigenen Tätigkeitsbereich kann sinnvoll sein. Er sollte aber nicht auf Kosten der Verständlichkeit oder des eigenen Markennamens gewählt werden

Wichtig: Bindestriche, Zahlen und Umlaute können die Eingabe und Weitergabe einer Adresse erschweren. Wenn sie Bestandteil des bekannten Markennamens sind, kann die Situation natürlich anders aussehen.

3. Die Navigation einfach halten

Besucherinnen und Besucher sollten möglichst schnell finden, was sie suchen.

Eine gute Navigation ist

- übersichtlich
- logisch aufgebaut
- auf wenigen Menüpunkten beschränkt
- auf Smartphone und Desktop einfach bedienbar

Wichtige Informationen sollten nicht irgendwo auf der Website versteckt sein.

Faustregel: Je weniger gesucht und geklickt werden muss, desto besser.

4. Die Website muss schnell laden

Im Internet haben die meisten Menschen **wenig Geduld**. Dauert der Seitenaufbau zu lange, wird die Website häufig wieder verlassen.

Eine schnelle Website verbessert nicht nur das Benutzererlebnis. Auch Suchmaschinen berücksichtigen die technische Qualität und Ladegeschwindigkeit einer Website.

Was hilft?

- Bilder auf die tatsächlich benötigte Grösse reduzieren
- moderne Bildformate wie WebP oder AVIF verwenden
- CSS- und JavaScript-Dateien möglichst schlank halten
- Browser- und Server-Caching nutzen
- ein gutes Hosting wählen
- unnötige Plugins und Funktionen vermeiden

Besonders Bilder und Videos können eine Website stark verlangsamen. Hier lohnt sich eine sorgfältige Optimierung.

5. Für Smartphones optimieren

Heute wird ein grosser Teil der Websites mit dem Smartphone besucht. Somit gilt **«Smartphone first»**.

Eine moderne Website muss deshalb auf verschiedenen Bildschirmgrössen funktionieren. Dieses Prinzip nennt sich Responsive Design.

Die Website passt dabei automatisch an

- Smartphone
- Tablet
- Laptop
- Desktop-Bildschirm

Texte müssen gut lesbar sein, Bilder dürfen nicht über den Bildschirm hinausragen und Menüs müssen auch mit dem Finger einfach bedienbar sein.

Und was ist mit PDF's?
PDF-Dateien sind praktisch für Dokumente, aber auf einem Smartphone oft mühsam zu lesen. Wichtige Informationen sollten deshalb nicht ausschliesslich in einem A4-PDF versteckt werden.

6. Suchmaschinenoptimierung, von Anfang an miteinbeziehen

Viele kümmern sich erst um SEO, wenn die Website bei **Google nicht gefunden** wird.

Die Suchmaschinenoptimierung sollte bereits bei der Planung der Website berücksichtigt werden.

SEO (**Search Engine Optimization**) bedeutet vereinfacht gesagt: Die Website so aufzubauen und zu schreiben, dass Suchmaschinen verstehen, worum es geht, und die richtigen Inhalte den passenden Suchenden anzeigen können.

Dazu gehören beispielsweise

- passende Suchbegriffe für die einzelnen Seiten
- aussagekräftige Seitentitel
- sinnvolle Meta-Beschreibungen
- verständliche Internetadressen
- logisch aufgebaute Überschriften
- gute interne Verlinkungen
- optimierte Bilder mit passenden Alt-Texten
- eine XML-Sitemap
- eine korrekt konfigurierte robots.txt

Auch Ladegeschwindigkeit, mobile Optimierung und technisch saubere Seiten gehören heute zu einer guten Website.

Wichtig: SEO bedeutet nicht, möglichst viele Suchbegriffe in einen Text zu packen. Entscheidend sind hilfreiche Inhalte, die tatsächlich zur Suchintention der Besucher passen.

7. Gute und verständliche Inhalte erstellen

Eine schöne Website bringt wenig, wenn die Inhalte niemand versteht oder sie keinen konkreten Nutzen bieten.

Stellen Sie sich bei jeder Seite die Frage: Welchen Mehrwert bietet diese Seite meiner Zielgruppe?

Erklären Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen möglichst einfach und konkret.

Zeigen Sie beispielsweise

- Was bieten Sie an?
- Für wen ist das Angebot geeignet?
- Welchen Nutzen hat es?
- Wie läuft die Zusammenarbeit ab?
- Was kostet es oder wie kann man eine Offerte erhalten?
- Wie kann man Sie kontaktieren?

Auch eine FAQ-Seite mit häufig gestellten Fragen kann sehr hilfreich sein.

Gute Texte sind

- verständlich
- kurz und konkret
- auf die Zielgruppe zugeschnitten
- aktuell
- logisch aufgebaut

Vermeiden Sie austauschbare Standardtexte, unnötige Fachbegriffe und lange Textblöcke.

8. Vertrauen schaffen, zeigen Sie, wer dahintersteht

Bevor jemand eine Anfrage stellt, möchte er häufig wissen: **Mit wem habe ich es eigentlich zu tun?**

Eine Website sollte deshalb nicht anonym wirken.

Eine gute «Über uns»-Seite kann beispielsweise enthalten

- Wer sind Sie?
- Was macht Ihr Unternehmen?
- Wo sind Sie tätig?
- Wie kann man Sie erreichen?
- Was zeichnet Sie aus?
- Welche Erfahrungen oder Qualifikationen bringen Sie mit?

Auch echte Kundenreferenzen, Projekte, Zertifizierungen oder Partnerschaften können Vertrauen schaffen.

Dabei gilt: Lieber wenige glaubwürdige Referenzen als eine lange Sammlung von Werbeaussagen.

Vollständige Kontaktinformationen gehören ebenfalls auf jede professionelle Website.

9. Eine klare Handlungsaufforderung einbauen

Viele Websites informieren ausführlich über Produkte und Dienstleistungen. Danach wissen Besucher aber nicht, was sie als Nächstes tun sollen.

Hier kommt der **Call-to-Action** (CTA) ins Spiel. Das ist einfach eine klare Aufforderung zu einer Handlung.

CTA-Beispiele

- Offerte anfordern
- Kontakt aufnehmen
- Unverbindliche Beratung vereinbaren
- Termin buchen
- Produkt entdecken
- Jetzt bestellen
- Demo vereinbaren
- Newsletter abonnieren

Ein CTA sollte gut sichtbar und verständlich formuliert sein.

Nicht nur: «Mehr erfahren», sondern möglichst konkret: «Jetzt unverbindliche Offerte anfordern». So weiss der Besucher sofort, was passiert, wenn er auf den Button klickt.

10. Sicherheit nicht vergessen

Eine Website sollte technisch aktuell und ausreichend geschützt sein.

Dazu gehören beispielsweise

- aktuelle Software und Plugins
- sichere Passwörter
- HTTPS-Verschlüsselung
- Backups nach jeder Änderung
- Sicherheitsupdates
- möglichst wenig unnötige Erweiterungen

Besonders bei Systemen wie **WordPress** sollten Updates regelmässig durchgeführt werden.

Eine Website, die jahrelang nicht aktualisiert wurde, kann nicht nur technisch problematisch werden, sondern auch ein Sicherheitsrisiko darstellen.

11. Die Website regelmässig pflegen

Mit dem Aufschalten der Website ist die Arbeit nicht abgeschlossen. Eine Website sollte regelmässig kontrolliert und aktualisiert werden.

Denn nichts wirkt unprofessioneller als

- veraltete Angebote
- Informationen vom letzten Jahr
- nicht mehr aktuelle Öffnungszeiten
- defekte Links
- nicht funktionierende Kontaktformulare
- veraltete Bilder
- … und mal ehrlich, wenn sie im September noch «schöne Weihnachten» wünschen, naja.

Mein Tipp:
Setzen Sie sich mindestens alle drei Monate einen Termin zur Website-Kontrolle in den Kalender.

Überprüfen Sie dabei

- Sind alle Informationen noch aktuell?
- Funktionieren alle Links?
- Funktionieren Kontaktformulare?
- Lädt die Website noch schnell?
- Funktioniert sie auf dem Smartphone?
- Sind Software und Plugins aktuell?
- Welche Seiten werden häufig besucht?
- Welche Seiten führen zu Kontaktanfragen?

Die Besucherzahlen und das Verhalten der Besucher können beispielsweise mit Analysewerkzeugen ausgewertet werden. So lässt sich erkennen, wo Verbesserungen sinnvoll sind.

Die wichtigsten Punkte auf einen Blick

Eine gute Website braucht nicht nur ein schönes Design. Sondern …

- ein klares Ziel
- muss die richtige Zielgruppe ansprechen
- soll einfach zu bedienen sein
- schnell laden
- besonders auch auf Smartphones funktionieren
- bei Suchmaschinen gut verständlich sein
- hilfreiche und aktuelle Inhalte bieten
- Vertrauen schaffen
- klare Kontakt- oder Kaufmöglichkeiten (CTA) anbieten
- technisch sicher sein
- regelmässig gepflegt werden

Fazit

- Eine erfolgreiche Website ist das Zusammenspiel aus Design, Inhalt, Technik und Benutzerfreundlichkeit.
- Das Design sorgt für den ersten Eindruck.
- Gute Inhalte schaffen Vertrauen.
- Eine einfache Bedienung sorgt dafür, dass Besucher finden, was sie suchen.
- Schnelle Ladezeiten und eine technisch saubere Umsetzung verbessern das Nutzungserlebnis und unterstützen die Auffindbarkeit in Suchmaschinen.

Und am Ende sollte die Website vor allem eines tun

- Sie sollte Besucherinnen und Besucher nicht nur informieren, sondern ihnen den nächsten Schritt einfach machen und Ihnen Business generieren.
- Sie soll dabei helfen, dass Ihr Unternehmen oder Ihr Verein im Internet sichtbar wird und dann aus Interessierten Besuchern bald Kunden, Mitglieder, Auftraggeber oder Kontakte werden.

Und jetzt?

Kontaktieren Sie mich, dann haben Sie schon innert zwei bis vier Wochen einen Internetauftritt

- Vojko PENIK, 079 321 49 48
- sichtbar@picvid.ch