



**Roman Rammelt, Jekaterina Cechini und  
Renate Rammelt**

# **Erfolgreiche Websites für dummies®**

Fachkorrektur von Julian Dziki

**WILEY**

**WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Über die Autoren</b> .....	<b>9</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>21</b>
Über dieses Buch. ....	21
Konventionen in diesem Buch. ....	22
Was Sie nicht lesen müssen. ....	22
Törichte Annahmen über die Leser .....	22
Wie dieses Buch aufgebaut ist. ....	23
Teil I: Vorüberlegungen: Strategie, Ideen und Planung .....	23
Teil II: Konzept und Design .....	23
Teil III: Umsetzung .....	24
Teil IV: Der Launch und wie geht es danach weiter .....	24
Teil V: Der Top-Ten-Teil .....	25
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden. ....	25
Wie es weitergeht .....	25
<b>TEIL I</b>	
<b>VORÜBERLEGUNGEN: STRATEGIE, IDEEN UND PLANUNG</b> .....	<b>27</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Das Ziel der Website definieren</b> .....	<b>29</b>
Verschiedene Ziele von Websites .....	29
Gesteckte Ziele ehrlich benennen. ....	30
Zwischen Ziel und Mittel zum Zweck unterscheiden .....	31
Ziele richtig formulieren .....	31
Ziele können sich verändern .....	32
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Zielgruppe auswählen</b> .....	<b>33</b>
Mögliche Zielgruppeneigenschaften. ....	33
Fokus auf wichtigste Zielgruppen .....	34
Mehrere Personengruppen auf Ihrer Website .....	34
Personas erstellen .....	35
Ihre bereits vorhandenen Kunden kennen .....	37
Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen. ....	37
Empathie entwickeln. ....	39
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Ideen finden</b> .....	<b>41</b>
Das Problem verstehen, nicht die Lösung erfragen .....	41
Kreativitätstechniken einsetzen. ....	43
Brainstorming. ....	44
635-Methode. ....	45
Kopfstandmethode .....	46

## 14 Inhaltsverzeichnis

Ideen bewerten .....	47
Ideenworkshops durchführen.....	48
Ideen finden ohne Team .....	48

### **Kapitel 4**

<b>Anforderungen notieren.....</b>	<b>51</b>
Arten von Anforderungen .....	51
Funktionale Anforderungen .....	52
Nicht-funktionale Anforderungen .....	52
Verschiedene Herangehensweisen an Projekte .....	53
Klassische Herangehensweise .....	54
Agile Herangehensweise.....	55
Mischformen zwischen klassischer und agiler Anforderungserhebung ..	56
Anforderungen gemeinsam erarbeiten .....	56
Experten mit verschiedenen Erfahrungen einbinden.....	56
Dienstleister einbeziehen .....	57

### **Kapitel 5**

<b>Projektplanung.....</b>	<b>59</b>
Budgetplanung.....	59
Eigen- oder Fremdleistung .....	60
Einmalige und laufende Kosten .....	60
Umfang und Qualität der Leistungen .....	61
Qualität und Stundensätze eines externen Anbieters .....	62
Änderungswünsche während des Projektverlaufs .....	63
Zeitplanung.....	64
Meilensteine definieren .....	64
Planung der notwendigen Projektschritte .....	64
Livegang in mehreren Schritten.....	65
Flexibel planen und transparent sein .....	66
Ressourcenplanung.....	67
Projektrollen und Kompetenzen .....	68
Software, Tools und Schnittstellen .....	70
Ressourcen nach dem Livegang.....	70
Wichtige Entscheidungen zu Projektbeginn .....	71
Auswahl einer Domain .....	71
Erwartete Lasten .....	72
Suchmaschinenoptimierung .....	73
Datenschutz .....	73

## **TEIL II**

<b>KONZEPT UND DESIGN .....</b>	<b>75</b>
---------------------------------	-----------

### **Kapitel 6**

<b>Nutzerzentrierte Erstellung des Konzepts .....</b>	<b>77</b>
Was ist User Experience? .....	77
Nutzerzentriertes Design .....	79

Eine kleine Begriffsbestimmung .....	79
Grundidee: Visualisieren, Testen, Überarbeiten .....	80
Scribbles .....	82
Darstellung von Seitenaufteilungen .....	83
Darstellung von mobilen Websites .....	84
Darstellung von Abläufen .....	85
Wireframes und Mockups .....	86
Wireframes für die Seitenaufteilung .....	86
Mockups für das Seitendesign .....	89
Prototypen .....	91
Low-fidelity-Prototypen .....	91
High-fidelity-Prototypen .....	91
Formen der Visualisierung auf einen Blick .....	92
Navigationsbaum .....	92
Typischer Website-Aufbau .....	93
Header .....	94
Navigation .....	95
Inhaltsbereich .....	96
Footer .....	97
Typischer Website-Aufbau als Schema .....	98

## Kapitel 7

### Testen im Verlauf des gesamten Prozesses ..... 99

Nutzerfokus in allen Projektphasen .....	99
Iteratives Vorgehen .....	101
Methoden für die Sammlung von Ideen und Anforderungen .....	101
Beobachtungen .....	102
Befragungen .....	104
Sekundärforschung .....	106
Methoden für das Testing während der Konzept- und Designphase .....	107
Usability-Tests .....	107
Card-Sorting .....	112
Design-Thinking-Workshop .....	115
Testing kurz vor bis kurz nach der Fertigstellung .....	116
Remote-Usability-Tests .....	117
A/B-Tests .....	119
Befragungen auf der Website .....	119
Start mit Webtracking .....	120

## TEIL III

### DIE UMSETZUNG ..... 121

## Kapitel 8

### Technische Umsetzung ..... 123

Exkurs: Was bei einem Website-Aufruf passiert .....	124
Protokolle für den Informationsaustausch zwischen Client und Webserver .....	125
Die wichtigsten Schlüsseltechnologien .....	128

Technische Vorgehensweisen zur Erstellung einer Homepage . . . . .	133
Homepage-Baukästen . . . . .	135
Eigenprogrammierung mit HTML, CSS und JavaScript . . . . .	135
Eigenprogrammierung mit HTML, CSS und JavaScript mit Unterstützung von PHP . . . . .	139
Einsatz von Content-Management-Systemen . . . . .	139
Progressive Web Apps (PWA) . . . . .	150
Static-Site-Generator . . . . .	151
Von der Programmierung zur Liveseite . . . . .	152
Die Website auf den Webserver aufspielen (deployen) . . . . .	152
Deployment in komplexen Softwareprojekten . . . . .	153
Zusammenarbeit mit einer Agentur . . . . .	156

## **Kapitel 9**

### **Formen der Zusammenarbeit . . . . . 159**

Klassische Produktentwicklung . . . . .	159
Agile Produktentwicklung . . . . .	160
Scrum . . . . .	163
Kanban . . . . .	165
Mehr Pro als Contra . . . . .	166

## **Kapitel 10**

### **Domain-Registrierung und Hosting . . . . . 167**

Registrierung der Domain . . . . .	167
Das richtige Hosting wählen . . . . .	168
Standardangebot bei Massenhostern . . . . .	169
Individualisierte Lösungen bei Spezialhostern . . . . .	169
Cloud Hosters für mehr Flexibilität . . . . .	169
Das geeignete Hosting-Paket wählen . . . . .	170
Worauf Sie bei der Auswahl des richtigen Hosters achten sollten . . . . .	171
Domainumzug durchführen . . . . .	175

## **Kapitel 11**

### **Erfolgreiche Einbindung von Content in die Website . . . . . 177**

Das Content-Konzept . . . . .	177
Teilnehmerkreis eines Content-Workshops . . . . .	179
Content-Workshop – möglicher Ablauf . . . . .	180
Content vor Design . . . . .	181
Unique Content – Mehrwert für den Nutzer . . . . .	182
Lesegewohnheiten im Web . . . . .	182
Was beim Skimming ins Auge sticht . . . . .	183
Was beim Scanning auffällt . . . . .	183
Was zum Lesen (Reading) anregt . . . . .	184
Texte fürs Web schreiben – darauf kommt es an . . . . .	184
Texte auf Anhieb verstehen . . . . .	184
Texte müssen informieren und begeistern . . . . .	185
Das richtige Maß an Informationen finden . . . . .	187

Texte sinnvoll strukturieren und passende Textelemente nutzen . . . . .	188
W-Formel gegen Schreibblockade . . . . .	191
Werben und Dranbleiben mit AIDA . . . . .	192
10 Kriterien für einen guten Werbetext . . . . .	192
Tonalität – der Ton macht die Musik . . . . .	193
Bilder und Grafiken . . . . .	193
Infografiken . . . . .	194
Fotos . . . . .	194
Illustrationen . . . . .	195
Karten . . . . .	195
Icons . . . . .	195
Die passende Bildsprache finden . . . . .	196
Die richtigen Bildformate verwenden . . . . .	199
Integration von Multimedia . . . . .	200
Einsatz von Videos auf der Website . . . . .	201
Social-Media-Kanäle auf der Website einbinden . . . . .	205
Like- und Share-Buttons – Vorsicht Datenschutz! . . . . .	205

## Kapitel 12

### Optimierung für verschiedene Endgeräte . . . . . 207

Verschiedene Ansätze für die mobile Optimierung . . . . .	208
Verschiedene Versionen für Desktop und mobil . . . . .	208
Responsive Webdesign . . . . .	209
Mobile first . . . . .	210
Unterschiedliche Möglichkeiten und Beschränkungen der Endgeräte . . . . .	211
Nutzungskontext mitdenken . . . . .	211
Umgang mit Beschränkungen . . . . .	211
Möglichkeiten mobiler Geräte nutzen . . . . .	212
Häufige Probleme bei der Optimierung für verschiedene Endgeräte . . . . .	213
Test der mobilen Optimierung . . . . .	214

## Kapitel 13

### Optimierung für die Suchmaschine . . . . . 217

So funktionieren Suchmaschinen . . . . .	217
Ziel von SEO-Maßnahmen . . . . .	218
Optimierung des Contents . . . . .	220
Hochwertiger Content . . . . .	220
Eine gute URL-Struktur . . . . .	221
Gute Title-Tags . . . . .	222
Meta Descriptions nutzen . . . . .	222
Weitere Meta-Tags für Google . . . . .	222
Mikroformate nutzen . . . . .	223
Bilder optimieren . . . . .	224
Optimierung für ein besseres Nutzerverhalten . . . . .	225
Kurze Ladezeiten . . . . .	225
Website verschlüsseln . . . . .	226
Für Darstellung auf mobilen Endgeräten optimieren . . . . .	226
Keine 404-Fehler . . . . .	227

Off-Page SEO: Optimierungen außerhalb der Website .....	227
Sitemap bei Google einreichen .....	227
Gute Verlinkungen zur Website aufbauen .....	228
Tools zur Überprüfung der SEO-Maßnahmen .....	229
Wenn Seiten nicht gecrawlt oder indiziert werden sollen .....	231

**Kapitel 14**  
**Erfolgsmessung .....** **233**

Die wichtigsten Kennzahlen .....	233
Detektivarbeit, um die Kennzahlen zu verstehen .....	235
Segmente bilden .....	236
Entwicklungen im zeitlichen Verlauf .....	236
Customer Journey .....	237
Auswahl eines Webtracking-Tools .....	238
Implementierung von Tracking-Code .....	240
Messungengenauigkeiten .....	242
Weitere Möglichkeiten für die Erfolgsmessung .....	242

**Kapitel 15**  
**Schutz der Website gegen Hacker-Angriffe und Viren .....** **245**

Angriffe auf die Infrastruktur .....	246
Angriffe auf die Anwendung .....	247
Einschleusen von Schadcode .....	247
SQL-Injections .....	248
Angriffe auf den Nutzer .....	248
Phishing von Nutzerdaten .....	249
Cross Site Scripting .....	249
Sicherheitsstandards als Grundvoraussetzung .....	249
HTTPS, SSL-Verschlüsselung und Zertifikate .....	249
Regelmäßige Updates .....	250
Passwortsicherheit beachten .....	250
E-Mail-Konto schützen .....	250
Captcha einbinden .....	250
Zwei-Faktor-Authentifizierung .....	251
Virencans beim Hosting-Anbieter .....	251
Tipps und Tricks .....	251
Das Log-in zum Backend verstecken .....	251
Security-Checks und Security-Audits nutzen .....	251
Schritte nach einem Hack .....	252

**Kapitel 16**  
**Barrierefreiheit .....** **253**

Zielgruppen für barrierefreie Websites .....	253
Allgemeine Prinzipien für barrierefreie Websites .....	255
Assistive Technologien – das können sie leisten .....	256
Offizielle Richtlinien – kurz erklärt .....	256
Bewusstsein entwickeln und Barrierefreiheit testen .....	257

Barrierefreiheit selbst testen . . . . .	257
Barrierefreiheit professionell prüfen lassen . . . . .	259
2-Phasen-Modell – Expertenwissen plus authentisches Testen . . . . .	259
Leichte Sprache oder Einfache Sprache . . . . .	260

## **TEIL IV DER LAUNCH UND WIE GEHT ES DANACH WEITER . . . . . 261**

<b>Kapitel 17 Testen der Website . . . . .</b>	<b>263</b>
Cross Browser Testing . . . . .	264
Funktionales Testen . . . . .	266
Crowd Testing . . . . .	266
Security Testing . . . . .	267
Performance Tests. . . . .	268
Lasttests . . . . .	268
Sonstige Tests. . . . .	269
Qualitätssicherung als Teil der Website-Entwicklung. . . . .	270

<b>Kapitel 18 Das richtige Timing beim Livegang . . . . .</b>	<b>271</b>
Launch in mehreren Schritten. . . . .	271
Mailing zur Ankündigung der Website . . . . .	273
Pressekonferenz . . . . .	274
SEO-Maßnahmen kurz nach dem Launch . . . . .	274
Hosting-Maßnahmen zum Launch . . . . .	276
Domain auf einen neuen Server schwenken . . . . .	276
Formulare, E-Mails und Anmeldungen prüfen . . . . .	276
Datenbankverbindung prüfen . . . . .	277
Backups testen . . . . .	277
SSL-Zertifikat Reminder. . . . .	277

<b>Kapitel 19 Begleitende Erfolgsmaßnahmen . . . . .</b>	<b>279</b>
Bekanntheit steigern und Besucher akquirieren . . . . .	279
Suchmaschinenmarketing . . . . .	280
Display Marketing . . . . .	283
Social-Media-Marketing. . . . .	285
Content Marketing. . . . .	286
E-Mail-Marketing . . . . .	287
PR-Maßnahmen . . . . .	288
Kombination verschiedener Kanäle . . . . .	289
Datenschutz und rechtliche Anforderungen . . . . .	290
Datenschutz . . . . .	290
Weitere rechtliche Erfordernisse . . . . .	293
Spezielle rechtliche Vorgaben für Onlineshops. . . . .	295
Website-Monitoring. . . . .	296



**TEIL V**  
**DER TOP-TEN-TEIL** ..... 299

**Kapitel 20**  
**Zehn Kompetenzen, die Sie für eine erfolgreiche Website benötigen** ..... 301

- Strategisches Denken ..... 301
- Empathie für Ihre Zielgruppen ..... 302
- Mut und Kreativität ..... 303
- Planungskompetenzen ..... 303
- UX-Design ..... 304
- Technisches Verständnis ..... 304
- Online-Marketing-Know-how ..... 305
- Ein Händchen für gute Texte und Bilder ..... 306
- Analytisches Denken ..... 306
- Rechtliches Wissen ..... 307

**Kapitel 21**  
**Zehn Wege, um Ihre Website dauerhaft erfolgreich zu halten** ..... 309

- Nutzerzentriert kontinuierlich weiter optimieren ..... 310
- Ihre Customer Journey kennen ..... 310
- Trends für sich prüfen ..... 312
- Aktualisierungen des Contents ..... 313
- Kontinuierliche Erhöhung der Sichtbarkeit ..... 313
- Ihre Mitarbeiter (oder Mitstreiter) einbeziehen ..... 314
- Wettbewerb im Blick behalten ..... 315
- Kontinuierliches Monitoring ..... 316
- Systeme updaten und patchen ..... 317
- Regelmäßige Backups ..... 318

**Kapitel 22**  
**Zehn typische Stolperfallen bei der Website-Erstellung** ..... 321

- Zeit und Geld zu knapp planen ..... 321
- Alles allein machen wollen ..... 323
- Zu schnell in die Umsetzung gehen ..... 324
- Glauben zu wissen, was die Zielgruppe braucht ..... 324
- Auf Analytics verzichten ..... 325
- Die Website überfrachten und keinen Fokus setzen ..... 326
- Rechtliche Themen unterschätzen ..... 326
- Nicht genug in die Sicherheit der Website investieren ..... 327
- Pflegeaufwand nach dem Livegang nicht berücksichtigen ..... 328
- Glauben, der Traffic kommt von allein ..... 329

**Stichwortverzeichnis** ..... 331