

Auf einen Blick

Über die Autoren	9
Einleitung	21
Teil I: Vorüberlegungen: Strategie, Ideen und Planung	27
Kapitel 1: Das Ziel der Website definieren	29
Kapitel 2: Zielgruppe auswählen	33
Kapitel 3: Ideen finden	41
Kapitel 4: Anforderungen notieren	51
Kapitel 5: Projektplanung	59
Teil II: Konzept und Design	75
Kapitel 6: Nutzerzentrierte Erstellung des Konzepts	77
Kapitel 7: Testen im Verlauf des gesamten Prozesses	99
Teil III: Die Umsetzung	121
Kapitel 8: Technische Umsetzung	123
Kapitel 9: Formen der Zusammenarbeit	159
Kapitel 10: Domain-Registrierung und Hosting	167
Kapitel 11: Erfolgreiche Einbindung von Content in die Website	177
Kapitel 12: Optimierung für verschiedene Endgeräte	207
Kapitel 13: Optimierung für die Suchmaschine	217
Kapitel 14: Erfolgsmessung	233
Kapitel 15: Schutz der Website gegen Hacker-Angriffe und Viren	245
Kapitel 16: Barrierefreiheit	253
Teil IV: Der Launch und wie geht es danach weiter	261
Kapitel 17: Testen der Website	263
Kapitel 18: Das richtige Timing beim Livegang	271
Kapitel 19: Begleitende Erfolgsmaßnahmen	279
Teil V: Der Top-Ten-Teil	299
Kapitel 20: Zehn Kompetenzen, die Sie für eine erfolgreiche Website benötigen	301
Kapitel 21: Zehn Wege, um Ihre Website dauerhaft erfolgreich zu halten	309
Kapitel 22: Zehn typische Stolperfallen bei der Website-Erstellung	321
Stichwortverzeichnis	331

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	9
Einleitung	21
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
TEIL I	
VORÜBERLEGUNGEN: STRATEGIE, IDEEN UND PLANUNG	27
Kapitel 1	
Das Ziel der Website definieren	29
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
Kapitel 2	
Zielgruppe auswählen	33
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
Kapitel 3	
Ideen finden	41
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	
Anforderungen notieren	51
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	
Projektplanung	59
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	
KONZEPT UND DESIGN	75
Kapitel 6	
Nutzerzentrierte Erstellung des Konzepts	77
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

18 Inhaltsverzeichnis

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
Messungenauigkeiten	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

Kapitel 17
Testen der Website 263

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

Kapitel 18
Das richtige Timing beim Livegang 271

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

Kapitel 19
Begleitende Erfolgsmaßnahmen 279

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**