

WHITEPAPER

Website-Projekt vorbereiten



Ziele

Überlege dir als erstes die Ziele deiner Website! Die Zieldefinierung ist die Basis für ein erfolgreiches Web-Projekt.

Neukunden ansprechen / Leads

Deine Produkte und Dienstleistungen müssen übersichtlich und ansprechend auf deiner Internetseite platziert werden. Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist ein zentraler und essenzieller Faktor, damit deine Website in Suchmaschinen wie Google & Co von potenziellen Neukunden gefunden wird. Usability und Performance sind weitere Fachbegriffe, welche hier zum Zuge kommen.

Image-Bildung

Du führst ein etabliertes und erfolgreiches Unternehmen, und gewinnst womöglich neue Kunden nicht primär über digitale Kanäle (z.B. eine Bäckerei im Dorf oder ein Metallbauer mit hohem Bekanntheitsgrad). Du brauchst also womöglich «nur» eine repräsentative und zeitgemässe Website, die vor allem bestehende Kunden bedient. Der Begriff «Digitale Visitenkarte» fällt in dieser Hinsicht auch oft.

Produkte online verkaufen

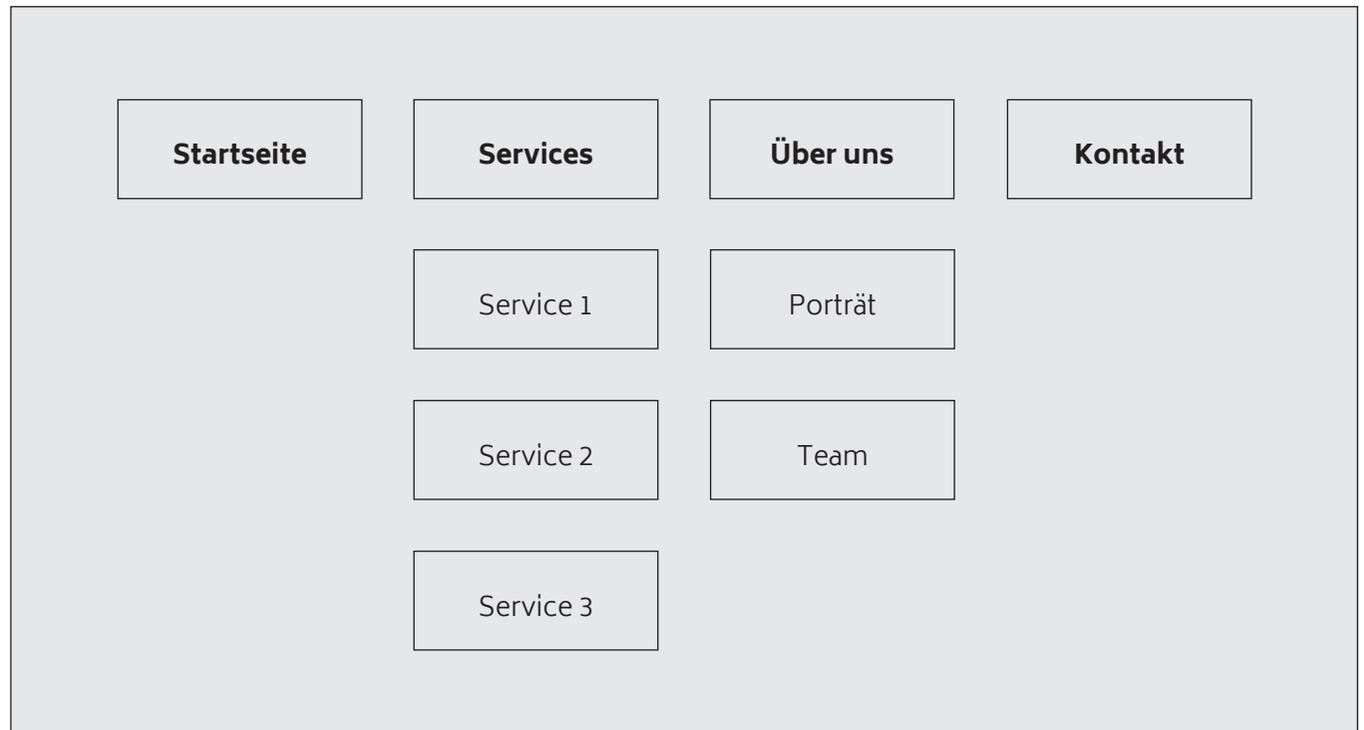
Falls du deine Produkte und Services online verkaufen kannst, solltest du dies tun! Eine Online-Shop-Erweiterung, beispielsweise mit WooCommerce innerhalb WordPress, ist nicht allzu teuer und kann einfach in deine Website integriert werden. Die meisten Agenturen bieten ebenso Webshops an, zudem gibt es auch spezialisierte Anbieter, die sich nur auf E-Commerce konzentrieren.

Sitemap

Erstelle eine Übersicht deines Inhaltes im Rahmen einer Sitemap.

Eine Sitemap ist eine Art Auslegung für deine Website. Darauf ist strukturiert ersichtlich, welche Unterseiten deine Webseite hat. Eine Sitemap kannst du von Hand zeichnen, oder digital in InDesign, Photoshop, Powerpoint, Word oder anderen Programmen realisieren – oder alternativ einfach als Liste:

- Startseite
- Services
 - Service 1
 - Service 2
- Über uns
 - Team
- etc.



Texte

Texte sind das Herzstück deiner Website. Sie beschreiben dein Angebot und sind essenziell für die Suchmaschinen.

Text selbst schreiben

Beschreibe dein Angebot leserlich, knapp und bündig. Schreibe auch einen knackigen Einleitungstext für die Startseite sowie ein Firmenporträt. Denk dabei auch an die Suchmaschinenoptimierung. Relevante Suchbegriffe (Keywords) solltest du unbedingt in deinen Text einfließen lassen.

Textagentur engagieren

Texte selbst zu schreiben kann herausfordernd sein. Deshalb gibt es einige spezialisierte Textagenturen, welche prägnante und suchmaschinenoptimierte Texte für deine Website schreiben, und diese logisch und sinnvoll gliedern.

Bilder / Videos

Mit den richtigen Fotos oder Videos kannst du deine Zielgruppe optimal ansprechen und abholen.

Sei dein eigener Fotograf

Einfach, kostengünstig und sympathisch! Mach deine Bilder einfach selbst. Tatsächlich brauchst du dazu nicht einmal eine professionelle Kamera. Mit dem richtigen Licht und Auge bekommst du auch mit einem Smartphone hervorragende Fotos hin – vor allem, wenn du Budget sparen musst.

Fotograf engagieren

Für einen professionelleren und seriöseren Web-Auftritt solltest du unbedingt einen Fotografen ins Boot holen. Hochwertige Fotos machen aus einer guten Website schnell eine Top-Website. Die meisten Fotografen bieten neben der Fotografie auch das Erstellen von Videos an.

Bilddatenbanken / Stockfotos

In Bilddatenbanken findest du professionelle Bilder und Videos, die du teilweise sogar kostenlos auf deiner Website verwenden kannst.

Tipps:

[Pexels \(kostenlos\)](#)

[Unsplash \(kostenlos\)](#)

[Adobe Stock \(kostenpflichtig\)](#)

Logo & CD

Ein Gestaltungsmerkblatt oder auch CD (Corporate Design) umfasst mindestens Logo, Farbgebung und Schriftdefinition.

Ob Startup oder bestehendes Unternehmen, deine Website muss selbstverständlich in dein CD (Corporate Design) passen. Das CD ist ein meist von einer Grafikagentur definierter Leitfaden für die Gestaltung aller Werbematerialien. Einfache Design-Leitfaden definieren lediglich Logo, Farben und Schriften – was für die meisten KMU absolut ausreichend ist. Umfangreichere CDs beinhalten auch Bildwelten, Grafiken, Abstände, Schriftformatierungen und vieles mehr.

Gerade für Startups bieten viele Webagenturen auch die Erstellung eines einfachen Design-Leitfadens (CI/CD) inkl. Logo an.

Tipps

Für Webprojekte sollten Farben nicht als RGB oder CMYK, sondern gleich als Hexdezimal-Wert angegeben werden. Beispiel: weiss = #ffffff

Schriften sollten entweder von Google Fonts oder Adobe Fonts ausgewählt werden. Diese beiden Anbieter bieten lizenzfreie und speziell fürs Web optimierte Schriftarten.

ITZ Styleguide

Farben

Hauptfarbe ITZ #004896	Stylefarbe 1 #f8683e	Stylefarbe 2 #ffdc61	Schriftfarbe #303030
Soft-Variante #dde4ef	Soft-Variante #fcede8	Soft-Variante #fefbee	

Schrift

Oxygen Light / Book 300 für Titel
Oxygen Light / Book 300 für Titel
Inter Light / Book 300 für den Haupttext.

Benchmarks

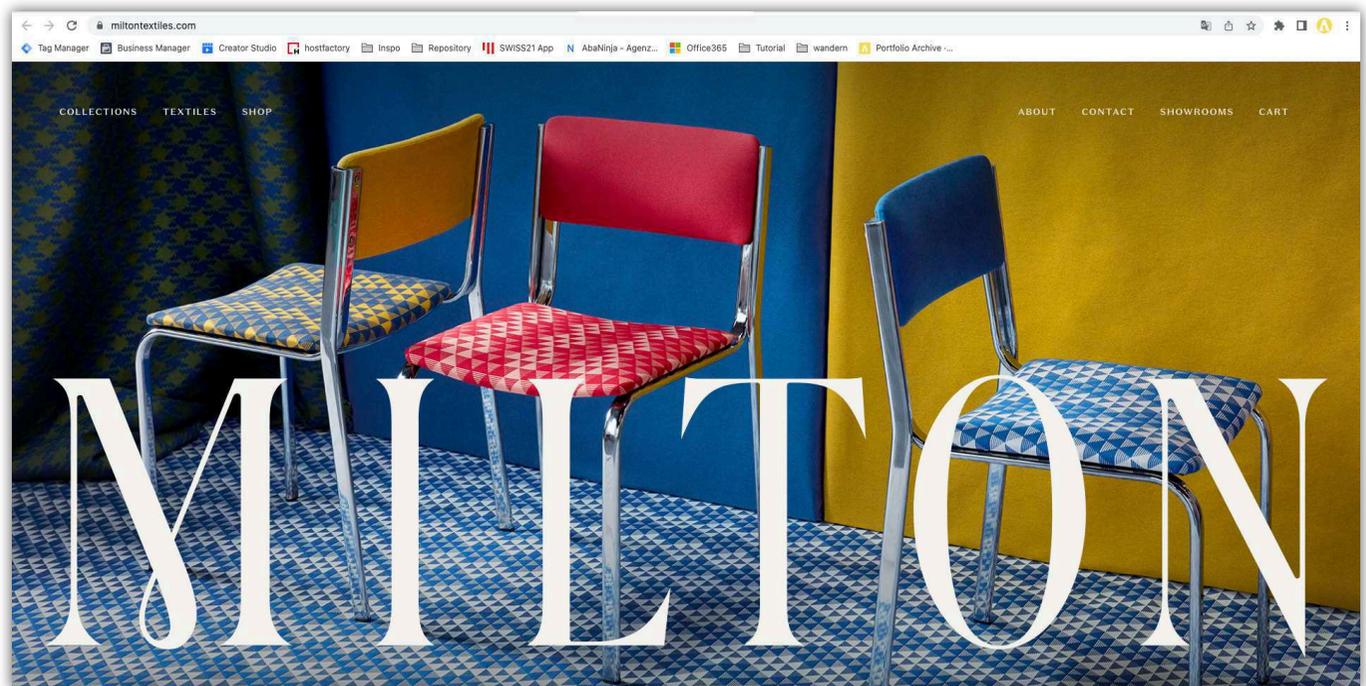
Benchmarks sind Referenz-Websites, an denen sich die Webagentur für die Gestaltung deiner Website orientieren kann.

Suche dir 2 – 3 Beispiele von bestehenden Websites heraus, damit deine Webagentur einen Anhaltspunkt hat, in welche Richtung du dir deine eigene Website vorstellst. Dies können Seiten von Mitbewerben sein, oder zufällig gewählte Pages. Es gibt auch Portfolios mit Website-Designs, einige davon sind:

[Httpster](#)

[Behance](#)

[Dribbble](#)



Bereit?

Hast du die beschriebene Vorarbeit geleistet, fällt es deiner Webagentur auch einiges einfacher, eine genaue Offerte für dein Projekt zu erstellen.

Und auch falls du deine Website selbst baust, hast du so bereits alles vorbereitet, um effizient voranzukommen.