

# Homepage-Checkliste

Diese Checkliste soll Ihnen helfen, Ihre neue Homepage zu planen. Vielleicht ist nicht jeder Punkt für alle interessant, aber bestimmt finden Sie noch den ein oder anderen hilfreichen Hinweis ...

Kommentare und Ergänzung sind per eMail an [office@c-fischer.com](mailto:office@c-fischer.com) jederzeit willkommen. Der Text steht unter der Lizenz Creative Commons by-nc-sa.  
Version 1.1, Stand: 11.12.2009

## Zielgruppe

- Was ist das Hauptziel Ihrer neuen Website?  
Information oder Image – Service oder Verkauf?
- Wen soll die Website erreichen?  
Hauptsächlich Neu- oder Bestandskunden – vorwiegend Endkunden oder Geschäftspartner?

## Suchmaschinenoptimierung

- Ja richtig, Suchmaschinenoptimierung beginnt genau jetzt, deutlich bevor die erste Zeile Text oder gar Html-Code geschrieben ist.  
Überlegen Sie sich, wonach Ihre Besucher suchen bzw. wann Sie gefunden werden möchten. Legen Sie eine Schlagwortliste an und prüfen Sie zum Beispiel bei [keywordindex.de](http://keywordindex.de) auch verwandte Suchbegriffe. Die Liste bekommt dann sowohl der Texter als auch der Webdesigner. Nur so kann eine Website entstehen, die auch gefunden werden kann.

## Inhalte

- Haben Sie bereits Texte und Bilder (Grafiken, Videos, ...), die Sie verwenden möchten?  
Bedenken Sie, dass Texte im Web anders gelesen werden als auf Papier. Ein Text, der in der Unternehmensbroschüre gut ist passt nicht automatisch auch auf die Website.
- Überlegen Sie auch, ob vorhandenes Material noch aktuell und auf dem Qualitätsniveau ist, dass Sie sich damit ab sofort der ganzen Welt präsentieren wollen.
- Bevor Sie Bilder und Texte im Web veröffentlichen prüfen Sie, ob sie für alle verwendeten Medien die entsprechenden Rechte besitzen.
- Wenn Sie Fotos von Personen – zum Beispiel Ihren Mitarbeitern – veröffentlichen wollen prüfen Sie, ob Sie von allen abgebildeten Personen die Freigabe zur Veröffentlichung haben.
- Wenn Sie neue Texte oder Bilder benötigen – falls nötig stehen mir die Fachleute dafür zur Seite.
- Zu jeder Seite gehören außerdem einige Schlagworte, ein aussagekräftiger Titel (bis zu ca. 8 Worte) sowie eine Kurzbeschreibung, die zusammenfasst, worum es auf der Seite geht. Die tauchen nämlich hinterher in den Suchmaschinen auf und weisen den Besuchern den Weg zu Ihnen. Oder – wenn nicht vorhanden und treffend – eben nicht.

## Struktur

- Wie sollen die Inhalte Ihrer Website gegliedert sein?  
Legen Sie doch einmal eine Skizze an und werfen auch noch einmal einen Blick auf Ihre Zielgruppe – vielleicht finden wir ja etwas schlaueres als die weit verbreitete »Start – Wir über uns – Produkte – Philosophie – Kontakt – Impressum« – Anordnung.
- Und dann schreiben Sie für jede Seite oder wenigstens jeden Bereich in einem(!) Satz auf, was dort hinterher stehen soll.

## Interaktion?

- Sie wollen mit Ihren Besuchern ins Gespräch kommen? Schön!  
Soll es nur ein einfaches Kontaktformular sein oder dürfen Besucher Ihre Texte kommentieren?
- Oder soll es gleich ein Forum sein, in dem sich Ihre Besucher auch untereinander austauschen?

## Gestaltung

- Sie haben ein Logo, Hausfarbe und -schrift? Oder auch ein komplettes CD-Manual?  
Wenn ja, geben Sie diese Dokumente Ihrem Webdesigner. Am besten natürlich digital, Logos und Grafiken in einem Vektorformat, Fotos unkomprimiert und nicht(!) in den berühmten 72dpi, die angeblich fürs Web ausreichen.  
Wenn nicht, ist der Zeitpunkt gut, etwas neues zu entwickeln.
- Bedenken Sie, dass im Web zum Beispiel (noch) nicht jede Schrift eingesetzt werden kann und Sie vielleicht an manchen Stellen Kompromisse eingehen müssen.
- Und auch sonst gelten für die Gestaltung im Web andere Gesetze als für den Print-Bereich. Der Besucher hat an vielen Stellen die Kontrolle darüber, wie die Seiten aussehen – das gilt es zu berücksichtigen und trotz der Regeln des W3C zeigen verschiedene Browser Websites immer etwas unterschiedlich an.
- Denken Sie auch daran, dass das Internet heute nicht mehr nur noch am (Desktop-)Computer benutzt wird: PDAs, Handhelds und andere Handys oder auch gerne einmal die Spielkonsole am neue Fernseher bieten ganz selbstverständlich einen Internetzugang an; gute Web-Gestaltung berücksichtigt das.

## Features

- Welche Features soll Ihre Website dem Besucher bieten? (Suchfunktion, Newsletter, Shop, Passwort-geschützte(r) Bereich(e), (personalisierte) Downloads, RSS-Feed, ... )

## Medien

- Was für Medien wollen Sie einsetzen (Fotos/Grafiken, Bildergalerien, Videos, Animationen, Podcast, ...)

## Pflege

- Wer kümmert sich später um die Inhalte der Website?  
Wenn Sie – oder jemand in Ihrem Haus – Änderungen an der Website selbst durchführen will, dann benötigen Sie ein Content-Management-System.
- Ohne ein solches CMS sind Sie entweder darauf angewiesen, dass jemand bei Ihnen auf dem gleichen Niveau Html (und evtl. CSS, PHP, ...) beherrscht wie Ihr Webentwickler oder Sie müssen jede Änderung extern erledigen lassen.
- Natürlich gibt es auch die Möglichkeit, dass Sie sich selbst nur um einen Teil der Website – zum Beispiel einen »Aktuell«-Bereich – kümmern und der Rest von Ihrem Webdesigner erledigt wird.

## Domain & Hosting

- Brauchen Sie noch eine – oder mehrere – Domain(s) und ein dazugehöriges Webhosting-Paket?  
Wenn nicht, prüfen Sie, ob das Paket die Anforderungen Ihrer neuen Website erfüllen kann: Ein CMS zum Beispiel benötigt fast immer eine Datenbank, für eine Shop-Lösung sollte es schon ein eigener Server sein. Auch hier habe ich kompetente Partner.

## Rechtliches

- Das Web ist kein rechtsfreier Raum.  
Für Websites allgemein – und noch mehr für Online-Shops – gibt es klare Regeln, die es einzuhalten gibt. Ein rechtssicheres Impressum, Datenschutzhinweis und AGBs sind selbstverständlich.
- Es gibt aber auch eine Menge Halbwahrheiten und Gerüchte im Umlauf – so wie zum Beispiel das bekannte Link-Urteil.  
Der Blick eines Fachmanns für Internetrecht hilft, sich später sicher zu fühlen.