

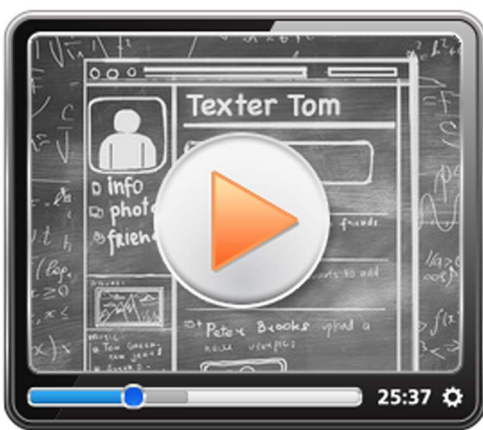
Wie Sie Ihre geschäftliche Homepage einfach selbst erstellen

>speziell für
Einsteiger
gemacht<



WebsiteToolTester.com

Homepage-Erstellung für absolute Beginner



8 Video Tutorials
inklusive!

Robert Brandl
WebsiteToolTester.com



Über dieses eBook

Dieses eBook ist speziell für alle gemacht, die eine neue Homepage erstellen möchten. Sei es, weil es noch überhaupt keine gibt, oder weil die bestehende Homepage komplett veraltet ist und nur mit großem Aufwand überarbeitet werden könnte.

Ich möchte Ihnen zeigen, wie Sie vorgehen sollten, wenn Sie Ihre neue Homepage im Eigenbau erstellen möchten – ohne programmieren zu lernen oder ein Vermögen dafür auszugeben.

Bestandteil dieses eBooks ist auch ein **Videokurs**, in dem wir Ihnen eine Beispiel-Homepage zum Nachbauen vorstellen. Einsteigern empfehlen wir zuerst das eBook zu lesen und danach in den Videokurs einzusteigen. Wenn es Ihnen aber schon in den Fingern juckt und Sie lieber basteln möchten, können Sie auch gerne gleich loslegen. Hier geht's zum Kurs: <http://tooltester.de/homepagekurs>

Warum sollte Sie das interessieren, was ich hier schreibe?

Im Rahmen von WebsiteToolTester.com konnte ich bereits hunderte von Menschen direkt und indirekt dabei unterstützen eine eigene Homepage zu erstellen. Dieses eBook ist ein Auszug dieser Erfahrungen und wurde bereits über 5.000 mal heruntergeladen.



Mein Versprechen an Sie: am Ende wissen Sie, wie Sie selbst kostengünstig eine Homepage erstellen können. Die Chancen stehen übrigens gut, dass Sie sogar Spaß beim Basteln haben werden!

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Erstellen Ihrer Homepage!

Robert Brandl



Inhalt

Über dieses eBook	2
1. Grundlagen	4
Sechs wichtige Gründe für eine geschäftliche Homepage	4
Wege eine Homepage selbst zu erstellen.....	5
Was ist ein Homepage-Baukasten?	6
Vor und Nachteile des Baukastensystems auf einen Blick	9
Welche Kenntnisse muss ich mitbringen?	9
2. Planung einer Homepage.....	11
Ziele setzen	11
Ausführliche Stoffsammlung erstellen.....	13
Beispiel einer Mindmap für die Website eines Schuhladens	14
Auf anderen Websites „spionieren“	15
3. Auswahl eines geeigneten Homepage-Tools.....	16
Was wenn kein Homepage-Baukasten passt?.....	18
4. Erstellung der Homepage mit einem Baukastensystem.....	19
Erste Schritte.....	20
Gute Bilder für die Homepage: wo man sie kostenlos oder günstig bekommt	23
Vor und während der Veröffentlichung: das ist wichtig.....	27
Bonus: der Homepage-Videokurs	29
Danke.....	31



1. Grundlagen

Sechs wichtige Gründe für eine geschäftliche Homepage

Da Sie dieses eBook heruntergeladen haben, gibt es mit Sicherheit bereits mindestens einen wichtigen Grund, warum Sie eine Homepage erstellen möchten. Vielleicht finden Sie hier sogar noch ein paar zusätzliche Ideen, warum sich eine Homepage für Sie lohnen könnte:

- **Präsentieren Sie Ihren Kunden das gesamte Portfolio**

Oft haben Sie mehr zu bieten, als Ihre Kunden wissen. Ihre Fahrschule bietet auch Fahrsicherheitstrainings an? Ihre Übersetzungsfirma hat neuerdings auch Koreanisch im Programm? Aha, interessant. Dank Homepage sind Ihre Kunden im Bilde und Sie generieren Zusatzaufträge.

- **Machen Sie es Ihren Kunden leicht**

Viele Kunden greifen nicht gerne direkt zum Hörer oder besuchen Ihren Laden. Sie möchten sich vorher erst einmal in Ruhe über Ihre Firma informieren. Gut, wenn man im Netz präsent ist.

- **Werben Sie effektiver**

Wie werben Sie momentan? Gehören Flyer, Kalt-Akquise und Direkt-Mailings dazu. Diese Medien drängen sich dem Kunden auf und erwischen ihn nur selten zur richtigen Zeit. Findet er sie aber über Google, so stehen die Chancen gut, dass er ein konkretes Anliegen hat und sich von Ihnen eine Lösung erhofft. Kosteneffektiver können Sie kaum werben.



- **Alle Kontaktinfos an einer Stelle**

Ob Telefonnummer oder Anfahrtsbeschreibung – alles ist bequem an einem Ort zu finden. Ihre Kunden werden es Ihnen danken.

- **Verkaufen Sie Ihre Produkte online**

Falls Sie ein versandfähiges Produkt verkaufen, spricht oft nichts dagegen, dies auch in einem Online-Shop anzubieten. So erweitern Sie schlagartig die Anzahl Ihrer potentiellen Kunden auf ganz Deutschland oder wenn Sie wollen sogar weltweit.

- **Binden Sie Ihre Kunden**

Heutzutage gibt es wunderbare Möglichkeiten Ihre Kunden zu fesseln. Wie wäre es mit einem E-Mail Newsletter? Eine Facebook-Fanseite, ein Blog vielleicht? Diese kostengünstigen Kundenbeziehungswerkzeuge warten darauf eingesetzt zu werden. Die Basis ist in jedem Falle die eigene Homepage.

Wege eine Homepage selbst zu erstellen

Es gibt verschiedene Gründe eine Homepage selber machen zu wollen. Leider werden Anfänger relativ schnell mit unhandlichen Begriffen wie HTML, CSS und PHP beworfen. Diese Programmiersprachen zu erlernen ist zweifelsohne der ehrenhafte Weg das Handwerk der Homepage-Erstellung zu erlernen. Wenn Sie das interessiert, finden Sie hier sehr gute Informationen: <http://de.selfhtml.org>.

Allerdings gehe ich davon aus, dass Sie weder Webdesigner werden möchten, noch ihr Hauptgeschäft für mehrere Monate vernachlässigen wollen, um die Künste der Web-Programmierung zu erlernen. Folglich ist eine einfachere Lösung gefragt. Ihre Website sollte ähnlich einfach zu erstellen und bearbeiten sein wie ein Word Dokument.

Und genau das ist seit relativ kurzer Zeit möglich: die neue Generation von Web 2.0



Homepage-Baukästen erlaubt es Ihnen auch ohne Programmierkenntnisse eine ansehnliche Website zu erstellen.

Was ist ein Homepage-Baukasten?

Ein Homepage-Baukasten ist gedacht für kleine bis mittelgroße Homepage-Projekte mit relativ einfachen Seitenstrukturen. Früher waren diese Tools nicht sonderlich leistungsfähig und lieferten eher amateurhafte Ergebnisse als ernstzunehmende Internetseiten. Die Professionalität der Baukästen hat sich in den letzten Jahren erheblich gesteigert, was Sie beispielsweise in dieser Galerie bestaunen können:

Kurzlink: tooltester.de/beispieleiten

Sie finden dort neben geschäftlichen Websites auch Online Shops und private Blogs.



Abbildung 1: www.cometpingpong.com



Abbildung 2: www.bobsmade.com

Bei einem Homepage-Baukasten Anbieter bekommt man in der Regel alles aus einer Hand: dort registriert man seine **Domain** (z.B. ihrname.de), bekommt den nötigen **Speicherplatz** (Webpace) und häufig auch gleich ein **E-Mail Postfach** dazu. Bei Unklarheiten hilft der **Support** weiter. Ein weiterer Bestandteil sind Designvorlagen, Bausteine und der Editor.

Im Folgenden zeige ich Ihnen die typischen Bestandteile eines Homepage-Baukastens:



Designvorlagen (Templates)

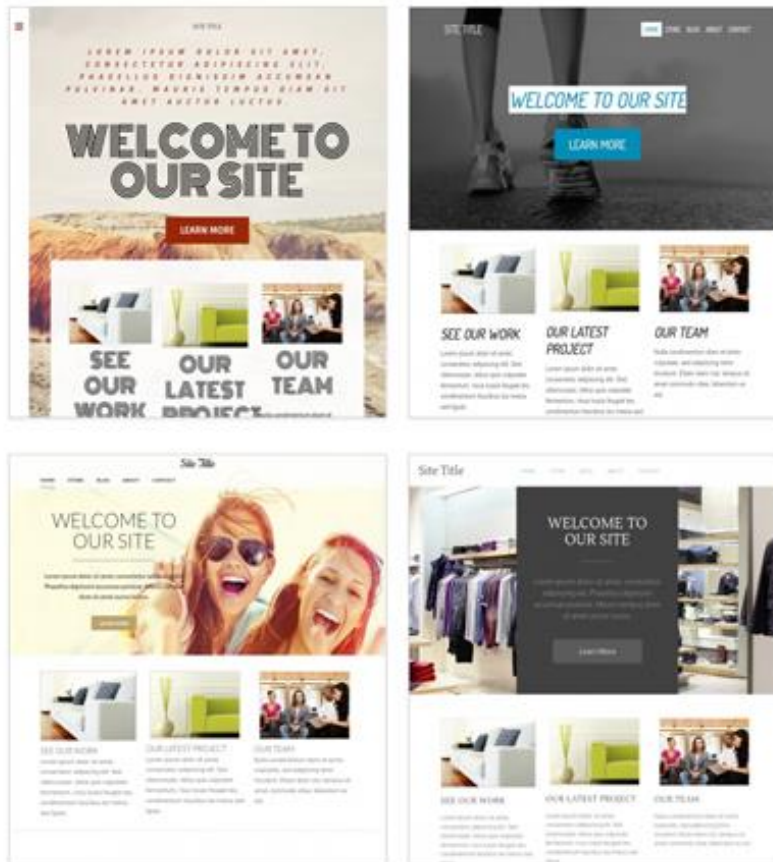


Abbildung 3: Weebly

Man kann aus verschiedenen Designvorlagen wählen, die sich per Mausklick austauschen lassen. Das ist selbst dann möglich, wenn man seine Homepage bereits mit Inhalten befüllt hat, da das Design separat von den Inhalten verwaltet wird.

Wenn ihre Firma bereits über ein Logo und eine Farbwelt verfügt, können Sie diese Bestandteile in die Designvorlage einarbeiten. Sollte keine Vorlage ihrem Geschmack entsprechen, ist es auch möglich ein individuelles Design zu erstellen. Dazu sind allerdings Kenntnisse in HTML und CSS nötig, den Programmiersprachen des Internets.



Bausteine

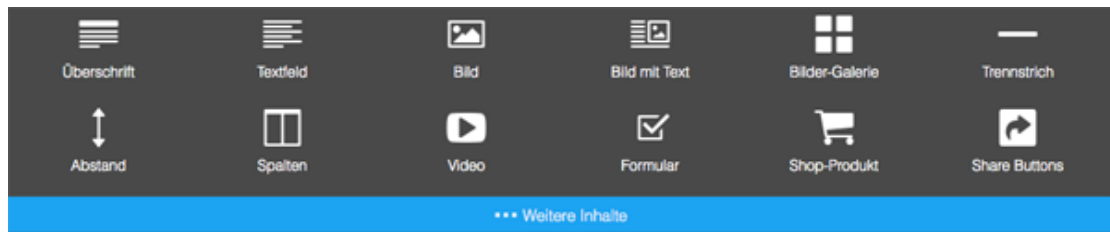


Abbildung 4: Jimdo

Eine Homepage kann verschiedene Elemente beinhalten, z.B. Textbausteine, Bildergalerien, Videos, ein Kontaktformular oder Produkte für den Online Shop. In einem Homepage-Baukasten kann man diese Bausteine auswählen und z.B. durch Drag'n'Drop (Anklicken und Ziehen) auf seiner Homepage platzieren und dann anpassen.

Editor

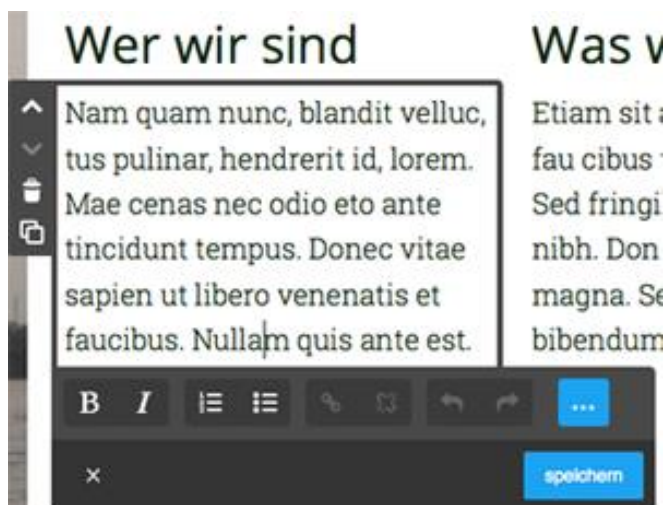


Abbildung 5: Jimdo

Mit dem Editor ergänzt und verändert man die Inhalte der Seiten. Um einen Textbaustein zu bearbeiten, klickt man im Editiermodus einfach darauf. Die Texteingabe ist genauso einfach wie Sie es aus Microsoft Word kennen. Hier können Sie z.B. auch Verlinkungen auf Unterseiten oder andere Homepages erstellen.



Vor und Nachteile des Baukastensystems auf einen Blick

Wenn Sie jetzt über den Einsatz eines Homepage-Baukastens nachdenken, sollten Sie natürlich auch über die Pros und Contras informiert sein.

Vorteile

- Einfache Bedienung: ohne Programmierkenntnisse handhabbar. Selbst Ihre Mitarbeiter werden damit in kürzester Zeit zurechtkommen.
- Alles aus einer Hand: Domain, Speicherplatz, E-Mail Adresse etc.
- Kosten: mit Preisen zwischen 5 und 15€ Euro pro Monat sind die Kosten sehr moderat
- Sicherheits-Updates: die Installation von Updates nimmt der Anbieter im Hintergrund vor. Bei Open-Source Content Management Systemen muss man sich selbst regelmäßig darum kümmern (z.B. Wordpress).
- Support: durch E-Mail Support und Foren wird man bei seinem Schaffen unterstützt und weiß, an wen man sich wenden kann, wenn man nicht mehr weiterkommt.

Nachteile

- Eingeschränkte Flexibilität: das ist der Knackpunkt - auf wie viel Flexibilität ist man bereit zu verzichten? Wer sich beispielsweise an ein exakt vorgegebenes Layout mit bestimmten Funktionen halten muss, kann hier an die Grenzen stoßen - da hilft nur ausprobieren.
- Abhängigkeit von einem Anbieter: der Anbieter sollte auf jeden Fall gut wirtschaften. Sollte er jemals pleitegehen, könnte die Homepage vom Netz gehen. Deswegen besser einen der etablierten Baukasten-Anbieter wählen.
- Große Webprojekte: für richtig große und komplexe Webprojekte sind die Systeme schlicht und ergreifend nicht geeignet.

Welche Kenntnisse muss ich mitbringen?

Um einen Homepage-Baukasten ordentlich zu bedienen, reicht es aus, gute MS-Office Kenntnisse (insbesondere Word) mitzubringen. Bezüglich des Aussehens einer



Website ist es hilfreich, wenn man ein Grundverständnis für Gestaltung mitbringt. Sie müssen natürlich kein ausgebildeter Designer sein, dennoch sollten Sie in der Lage sein zu erkennen, welche Bilderwelt oder Farben ihren Kunden gefallen könnten.



Abbildung 6: Sumopaint

Zur Bearbeitung sollten Sie ein gutes Grafikprogramm zur Hand haben (gibt es teilweise auch kostenlos) und ein wenig über die unterschiedlichen Bildformate wie .gif oder .jpg Bescheid wissen. Diese Themen werden am Ende des eBooks noch näher besprochen.

Dann wäre da noch der Text, der möglichst gut geschrieben sein sollte. Wie man effektiv im Web schreibt, ist hier gut zusammengefasst, Kurzlink:

tooltester.de/webtext

Auch hier würde ich auf den Rat von Freunden und Kollegen vertrauen, die das Geschriebene auf Logik, Textqualität und natürlich auf Rechtschreibfehler und Grammatik untersuchen sollten.

Wenn Sie selbst mit Ihren gestalterischen oder schreiberischen Fähigkeiten an Grenzen stoßen, können bzw. sollten Sie Profis ans Werk lassen: ein guter Grafiker sowie ein Texter sorgen für höchstmögliche Professionalität Ihrer Inhalte. Dienstleister & Preise finden Sie z.B. auf Twago.de, Odesk.com (englisch), 99Designs.de, Xing.de wenn Sie auf einen Dienstleister in Ihrer Nähe Wert legen, auch bei KennstDueinen.de.

Dort kann man Projekte zum Teil auch ausschreiben und sich Angebote unterbreiten lassen. Ich würde übrigens immer versuchen *direkt* mit dem Dienstleister zusammenzuarbeiten – eine zwischengeschaltete Agentur erschwert die Kommunikation. **Unbedingt:** die Bewertungen der Dienstleister prüfen!

Nach diesem Kapitel sollten Sie eine ungefähre Einschätzung haben, ob Sie sich in



der Lage fühlen eine Homepage mithilfe eines Baukastensystems *technisch* umzusetzen. Im Kapitel „Planung einer Homepage“ zeige ich Ihnen, wie Sie Ihre Homepage von Anfang bis Ende planen.

Bevor Sie also Ihre Wahl pro- oder contra Homepage-Baukasten treffen, empfehle ich Ihnen sich erst mit dem Folgekapitel auseinanderzusetzen. Erst wenn Sie die genauen Anforderungen Ihres Homepage-Projektes kennen, dann können Sie eine sichere Entscheidung bezüglich der technischen Umsetzung treffen.

2. Planung einer Homepage

„Gut geplant ist halb gewonnen“ klingt zwar recht abgedroschen, ist aber dennoch sehr wahr. Gerade wenn es um eine Website geht.

Ziele setzen

Nur wer Ziele setzt, kann im Anschluss auch bewerten, ob sich die Investition in die neue Website auch gelohnt hat. Diese wichtige Frage sollten Sie sich stellen:

Was möchte ich mit der Homepage erreichen?

Das ist die wichtigste Frage überhaupt. Wer exakt weiß, was er sich von seinem Internetauftritt erwartet und welche Ziele er damit verfolgt, der wird auch am ehesten erfolgreich damit sein. So könnten die Ziele beispielsweise für unseren **imaginären Münchner Schuhladen „das Schuhglück“** aussehen:

Werben von Neukunden: Neukunden sollen auf das Angebot des Schuhgeschäfts aufmerksam gemacht werden. Der Erfolg wird durch eine regelmäßige Kundenbefragung in Verbindung mit der Webstatistik gemessen.

Mehr Kunden in umsatzschwachen Zeiten: durch einen E-Mail Newsletter soll in umsatzschwachen Zeiten der Verkauf angekurbelt werden. Auch verkaufsoffene



Sonntage, Jubiläen und andere Einladungen sollen so kommuniziert werden. Der Erfolg richtet sich nach der Anzahl der Newsletter-Abonnenten.

Umsätze unabhängig vom Ladengeschäft vergrößern: über einen Online-Shop sollen Waren verkauft werden. Für den Erfolg maßgeblich werden die daraus generierten Umsatzzahlen sein.

Wir nehmen nun die geschäftlichen Anforderungen und sehen, wie wir diese praktisch umsetzen können.

Anforderung und Umsetzung

Neukundenwerbung	Optimierung der Homepage für Suchmaschinen für den Suchbegriff „Schuhladen München Sendling“, Eintragen in Google Maps (Google MyBusiness) und Yelp.
Mehr Kunden in umsatzschwachen Zeiten	Für den Aufbau eines Newsletters wird ein Homepage-Baukasten benötigt, dem man einfach ein Anmeldeformular hinzufügen kann.
Umsätze unabhängig vom Ladengeschäft vergrößern	Eine Online Shop-Funktion wird ebenfalls vom Homepage-Tool benötigt



Ausführliche Stoffsammlung erstellen

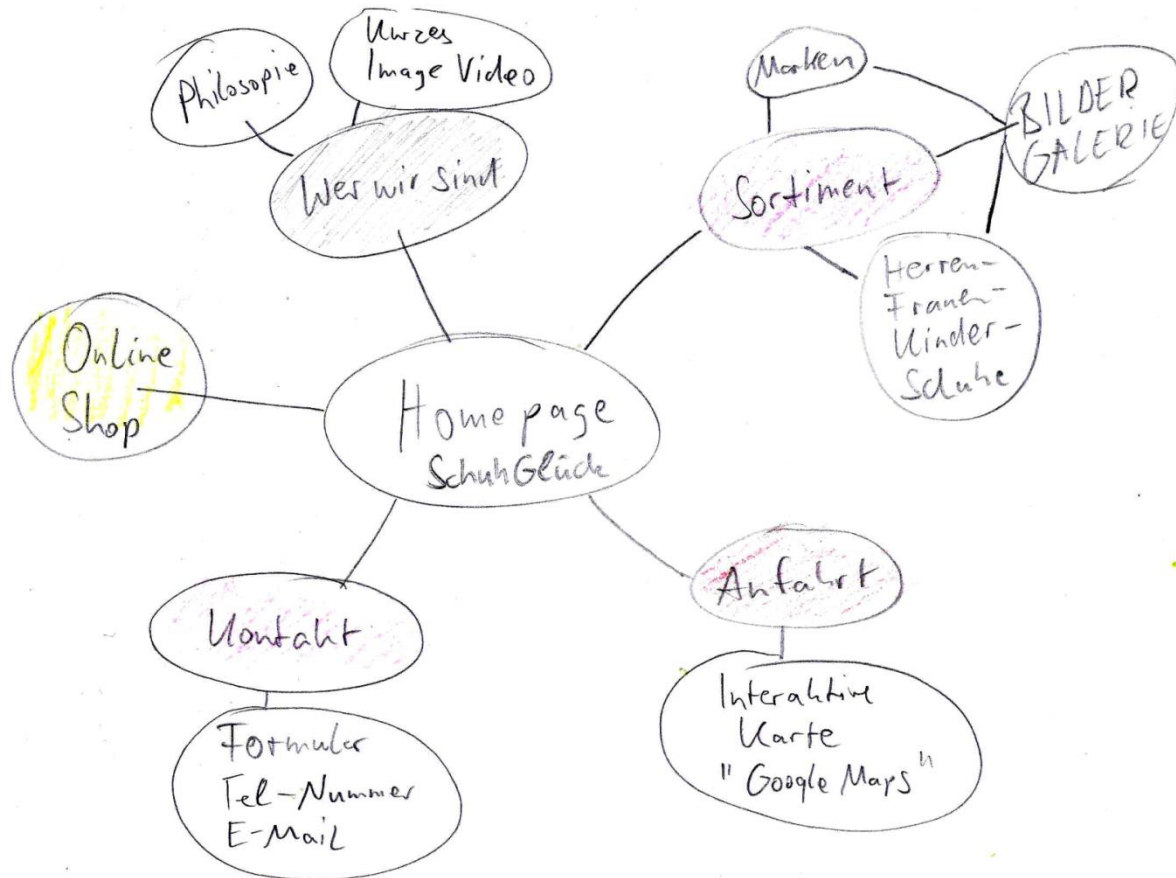
Nach der Festlegung von Zielen haben Sie schon einmal die grobe Stoßrichtung festgelegt. In der Stoffsammlung geht es ziemlich konkret um die späteren Inhalte der Homepage. Wie früher beim Aufsatz schreiben, sammeln Sie Ihre Wünsche bezüglich der Homepage und bringen Sie zu Papier. Dazu gehören Inhalte und Funktionen (z.B. Kontaktformular, Bildergalerie etc.).

Eine Mindmap zu erstellen ist ein guter Weg. Beim Mind Mapping notieren Sie Ihre Gedanken nicht wie üblich hinter- oder untereinander. Anstelle dessen schreiben Sie das Hauptthema Ihrer Notizen auf die Mitte des Blattes und notieren Ihre Gedanken als Schlüsselwörter auf Linien, die von der Mitte des Mind Maps ausgehen. Dadurch entsteht eine bildhafte Darstellung ihrer Gedanken, also so etwas wie eine Gedankenkarte (Erklärung von ZeitzuLeben.de).

Entweder mit Papier und Bleistift oder mit einer Software wie Mindmeister.de (kostenlose Version verfügbar). Auf der nächsten Seite finden Sie ein Beispiel für eine solche Stoffsammlung per Mindmap.



Beispiel einer Mindmap für die Website eines Schuhladens



Nach der Anfertigung einer solchen Mindmap sollten Sie nun eine ganz gute Vorstellung von den groben Inhalten Ihrer künftigen Homepage haben. In unserem Beispiel konnten wir neben Inhalten auch wichtige Funktionen identifizieren: Bildergalerie, Kontaktformular, Anfahrtsbeschreibung per Google Maps und ein Online Shop sollen Bestandteil der Homepage werden.



Auf anderen Websites „spionieren“

Dieser Schritt kommt bewusst erst nach der initialen Stoffsammlung. Wer sich direkt auf die Konkurrenz-Webseiten stürzt, kommt selten auf wirklich neue Ideen. Diese sind aber wichtig, um sich abzuheben.



Suchen Sie nach Websites, die Sie gut finden - inhaltlich wie auch gestalterisch. Schreiben Sie auf, was Ihnen dort gefällt und fügen Sie es der Mindmap hinzu. Sehen Sie sich den Wettbewerb genau an, aber beschränken Sie sich nicht darauf! Werfen Sie auch ein Auge auf andere Branchen. Es ist gut möglich, dass die Branche in der Sie aktiv sind, nur Homepages weit unter dem allgemeinen Standard hervorbringt.

Bestücken Sie Ihre Mindmap nach und nach mit neuen Ideen. Auch neue Verknüpfungen können Sie durch Verbindungslinien entstehen lassen. Die Oberpunkte können (müssen aber nicht) später auch als Navigationspunkte der Homepage dienen. Wenn Sie damit fertig sind und alles schriftlich festgehalten haben, ist nun ein guter Zeitpunkt Leute Ihres Vertrauens um Feedback zu bitten. Das kann weitere wertvolle Erkenntnisse bringen. Betriebsblind wird man leider viel zu schnell.



3. Auswahl eines geeigneten Homepage-Tools

Nach der Planungsphase sind Sie jetzt schon einen guten Schritt weiter und können konkrete Schritte einleiten. Wir wollen jetzt herausfinden, ob es ein Homepage-Baukastensystem gibt, mit dem alle Anforderungen abgedeckt werden können. Ein Homepage-Baukasten wäre der Idealfall, weil dies der kostengünstigste und schnellste Weg ist eine Homepage zu erstellen. Da man damit selbst auch problemlos Aktualisierungen vornehmen kann, spart man weitere Kosten ein.

Für den Fall, dass kein geeignetes Baukastensystem gefunden werden kann, zeigen wir Ihnen alternative Wege auf an eine Homepage zu kommen.

Auf WebsiteToolTester.com finden Sie **verschiedene Homepage-Baukästen im Vergleichstest**. In den Tabellen der Testberichte stehen genaue Angaben zum Funktionsumfang des jeweiligen Tools. Die Testberichte werden regelmäßig aktualisiert.

Ich empfehle Ihnen bei der Auswahl folgendermaßen vorzugehen:

1. Versuchen Sie anhand der Testberichte einen Anbieter zu finden, der Ihre Anforderungen abdeckt (tooltester.de/baukastentests)

Weitere Informationen finden Sie auf www.webstooltester.com



2. Eröffnen Sie einen **kostenlosen** Zugang und prüfen Sie, ob Sie mit dem Anbieter gut zurechtkommen. Prüfen Sie insbesondere, ob Sie ein Design finden, das Ihnen gut gefällt.
 3. Erst wenn Sie rundum überzeugt sind, sollten Sie einen Bezahlvertrag daraus machen
-

Was taugen die kostenlosen Homepages?

Bei sehr vielen Anbietern kann man inzwischen kostenlose Homepages erstellen. So auch bei denen, die Sie auf WebsiteToolTester.com finden. Diese Angebote finanzieren sich mit Werbung, wobei die Werbeeinblendungen je nach Anbieter mal größer und mal kleiner sind.

Zum anderen bekommt man bei diesen Angeboten nur eine Billigdomain. Zum Beispiel *ihrname.homepagebaukasten.com* und eben nicht *ihrname.de* (bzw. .at oder .ch). Generell kann man sagen, dass einige der kostenlosen Angebote für private Homepages auf jeden Fall empfehlenswert sind, für gewerbliche Websites aber eher wenig taugen. Vier Anbieter im Vergleich finden Sie hier:

tooltester.de/kostenlose-homepages

Doch es gibt Anbieter, bei denen Sie z.B. für 5€ im Monat bereits eine komplett werbefreie Homepage mit einer ordentlichen Domain und E-Mail Account bekommen. So können Sie um einiges professioneller vor Ihren Kunden auftreten.

Sie haben bereits eine Domain registriert?

Gut gemacht, diesen Namen kann Ihnen jetzt niemand mehr wegschnappen! Falls Sie jetzt einen Homepage-Baukasten nutzen möchten, haben Sie zwei Möglichkeiten:

1. Sie ziehen die Domain komplett zum Homepage-Baukasten Anbieter um. Den Vertrag beim alten Anbieter können Sie dann kündigen. Das ist

Weitere Informationen finden Sie auf www.websitetooltester.com



normalerweise der einfachste Weg.

2. Sie bleiben bei Ihrem bisherigen Anbieter und leiten die Domain zum Homepage-Baukasten Anbieter um. Das ist ein technischer Vorgang (man muss die Nameserver-Einstellungen verändern), bei dem Ihnen Ihr aktueller Web-Host behilflich sein kann. Was genau zu tun ist, erfahren Sie auf WebsiteToolTester.com im jeweiligen Testbericht des Anbieters beim Punkt „Domain“.

Was wenn kein Homepage-Baukasten passt?

Wenn Ihre Anforderungen über die Möglichkeiten eines Baukastensystems hinausgehen, gibt es verschiedene Optionen. Wenn Sie weiterhin das Modell „Marke: Eigenbau“ verfolgen, empfehle ich Ihnen sich WordPress.org anzusehen. Damit können Sie anspruchsvolle Website-Projekte aller Art umsetzen. Insbesondere wenn Ihre Besucher Informationen in einer Datenbank suchen sollen (z.B. auf einer Immobilienwebsite, auf der man Wohnungen abrufen) brauchen Sie ein solches System.

Der Nachteil von WordPress ist, dass es nicht so einfach zu bedienen ist, wie ein Homepage-Baukasten. Für den Setup brauchen Sie zumindest grundlegende technische Kenntnisse und Sie müssen sich auch selbst um die Updates kümmern. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, sehen Sie sich unseren WordPress Einsteiger-Guide an: tooltester.de/wordpress-anleitung

Trotz all dieser Möglichkeiten kann es natürlich sein, dass Sie einfach nicht genügend Muße oder Zeit haben, sich mit der Homepage-Erstellung zu befassen.

In diesem Falle empfehle ich Ihnen einen Fachmann damit zu beauftragen. Einen solchen zu finden ist oft nicht ganz einfach, da sich heutzutage viele Menschen „Webdesigner“ nennen, auch wenn keine wirkliche Qualifikation vorhanden ist. Diese bieten zwar häufig sehr günstige Preise an (z.B. Website für 200 Euro), haben



aber sehr wenig Ahnung von Design oder Programmierung.

Wenn Sie sowieso ausschließen, dass ein Homepage-Baukasten das Richtige für Ihr Projekt ist, können Sie z.B. über die Plattform Twago.de oder Odesk.com einen Experten ins Boot holen. Dort können Sie ein Projekt ausschreiben und Angebote einholen.

Besonders wichtig ist, dass Sie vor Auftragsvergabe die Beurteilungen aus früheren Projekten lesen. Gute Dienstleister können Sie übrigens auch an der Qualität der Rückfragen erkennen. Schlechte Webdesigner möchten Ihnen meistens einfach eine Standard-Homepage andrehen, die nichts mit Ihren eigentlichen Wünschen oder Zielen zu tun hat.

Ein Tipp noch: wenn Sie später in der Lage sein möchten, einfach Änderungen an Ihrer Homepage durchzuführen, lassen Sie sich auf keinen Fall auf eine per Hand gecodete Homepage ein. Um diese zu editieren benötigen Sie die Hilfe eines Fachmanns. Setzen Sie unbedingt auf ein gängiges Content Management System und lassen Sie sich zeigen, wie einfach oder kompliziert dieses arbeitet.

4. Erstellung der Homepage mit einem Baukastensystem

Inzwischen sollten Sie relativ genau wissen, welche Inhalte Sie auf Ihrer Homepage unterbringen möchten. Auch einen kostenlosen Account bei Ihrem präferierten Homepage-Baukasten Anbieter haben Sie bereits eröffnet. Dann kann es ja jetzt richtig losgehen!

3 Tipps zur Wahl Ihres Domain-Namens

-**Keine kostenlose Domain:** *ihrefirma.jimdo.com* wirkt unprofessionell.



Früher oder später sollten Sie auf eine ordentliche Domain umsteigen (also nach dem Muster *ihrefirma.com*)

-Länderkennung: zielen Sie auf ein internationales Publikum ab, sichern Sie sich eine „.com“ Domain. Bei einer nationalen Zielgruppe ist „.de“, „.ch“ oder „.at“ eine gute Wahl. Des Weiteren sind „.net“, „.eu“ und „.org“ gute Domains. Vermeiden Sie Domains wie „.cc“, die keinen sonderlich guten Ruf haben, da Spammer gerne darauf zurückgreifen.

-Name: haben Sie bereits einen Firmennamen, so ist die Wahl relativ leicht. Die Anreicherung des Firmennamens mit einem Schlüsselwort kann sehr sinnvoll sein: Die Autowerkstatt Haller könnte dann zu *haller-kfzwerkstatt.de* werden. Suchmaschinen ist der Name der Domain in Ihrer Gewichtung relativ wichtig. So werden höher gelistet von Google & Co.!

-Vorsicht bei geschützten Marken: wenn Sie z.B. eine Website über iPhones erstellen möchten – registrieren Sie keine Domain, die das Wort „iPhone“ enthält. Ansonsten kann es sein, dass Sie mit der Rechtsabteilung von Apple Bekanntschaft machen.

Erste Schritte

1. Grundeinrichtung

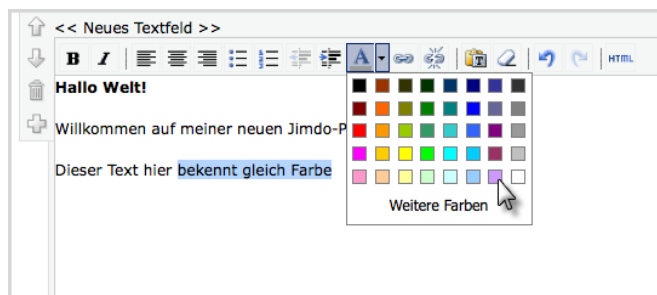


Abbildung 7: Jimdo

Betrachten Sie die Homepage als Ihr neues Ladenlokal. Damit sich die Kundschaft hier später wohlfühlt, sollten Sie – bildlich gesprochen – erst einmal die

Wände streichen und Ihr Firmenlogo aufhängen. Wählen Sie den Punkt Layout bzw. Style in Ihrem Baukastensystem und wählen Sie Hintergrundfarbe bzw. -grafik, Schriftarten, -größen und -farben aus.



Wenn Ihre Firma bereits ein Logo und eine Farbpalette besitzt, greifen Sie auch auf diese zurück. Leider sieht man es immer wieder, dass der Webauftritt mancher Firmen vom Stil her keinerlei Verbindung zum Ladengeschäft oder den Firmenbroschüren hat. Ein Kunde braucht aber diesen Wiedererkennungswert, da er sich sonst ganz schnell verloren fühlt!

Ein kleiner Hinweis für Herren der Schöpfung: das ästhetische

Verständnis einer Frau könnte jetzt sehr hilfreich sein. Alternativ gibt es auch noch das Online Farben-Tool von Adobe

(<http://color.adobe.com/>), falls Sie nicht sicher sind, welche Farben gut zusammenpassen auf Ihrer neuen Website.

2. Orientierung: die Navigation erstellen

In Ihrer Mindmap (oder Ihren sonstigen Notizen) können Sie bereits die wichtigsten Punkte erkennen. Aus diesen Punkten basteln Sie sich jetzt erst die Hauptnavigation und danach die Unter-Navigation.



Abbildung 8: Jimdo

Auch wenn das vielleicht nicht ganz leicht fällt: versuchen Sie kurz abzuschalten und denken Sie wie ein potentieller Homepage-Besucher.

Stellen Sie sich ihn genau vor: wie alt ist er, wie sieht er aus, welchen Beruf hat er und nach was sucht er auf ihrer Homepage?

Das Gleiche spielen Sie jetzt mit zwei oder noch mehr weiteren Besucher-Typen durch. Mit dieser Übung fällt Ihnen die Erstellung der Navigation leichter. So verstehen Sie besser, nach was Ihre Kunden suchen werden.

Beispiel Schuhladen „Schuhglück“



Kunde 1: Eine Mutter mit Kind braucht Kinderschuhe. Neben einem guten Sortiment liegt ihr Hauptinteresse darin einfach einen Parkplatz vor dem Laden zu finden. Gibt es diese Information auf der Seite?

Kunde 2: Ein Student braucht gute Wanderschuhe für seine nächste Bergtour. Er sucht nach guter Beratung, weil er sich die Schuhe sonst ja auch im Internet bestellen könnte. Ist der Punkt Beratung prominent genug auf der Website platziert?

3. Das Inventar: mit Skizzenseiten zu fertigen Inhalten

Nachdem Sie mit der Navigation das Grundgerüst erstellt haben, können Sie beginnen Stichpunkte und kurze Gliederungen direkt auf die einzelnen Seiten der Website zu packen (Skizzenseiten). Auch Bildvorschläge sind hier gut aufgehoben. Die im Bau befindliche Website wird so zur Sammelstelle für Ihre Ideen.

Hier ein Beispiel für eine solche Skizzen-Seite des *Schuhglücks*:

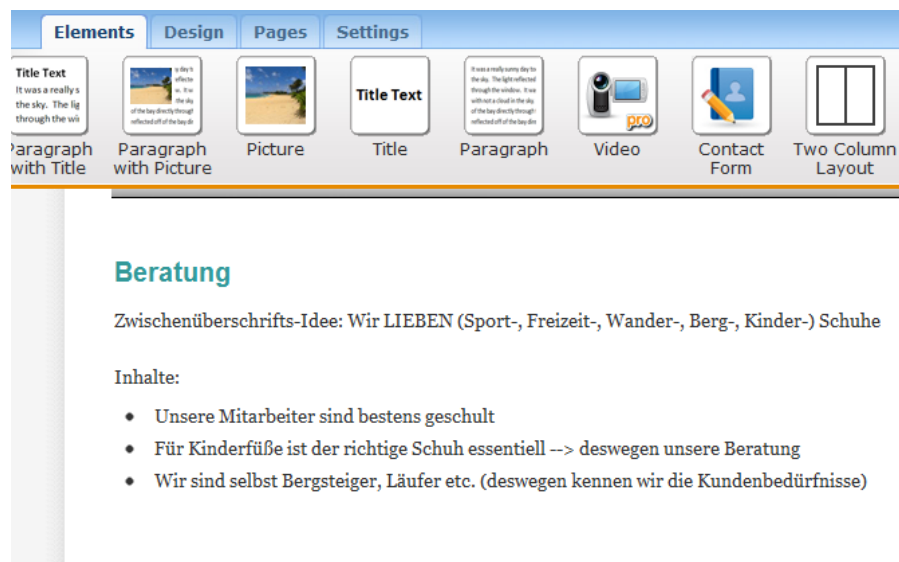


Abbildung 9: Weebly

Es hat einige Vorteile so vorzugehen und die Texte nicht direkt nacheinander als



Endfassung herunter zu schreiben:

- Sind die Seitenskizzen fertig, dann haben Sie einen Überblick über das grobe Ganze und können die finalen Texte besser aufeinander abstimmen
- Falls Sie einen Texter mit dem Schreiben der Texte beauftragen möchten, können Sie ihm den Link der noch unfertigen Website mit den Skizzenseiten zukommen lassen. So hat dieser gleich ein Bild vor Augen.

Schritt-für-Schritt bekommt Ihre Homepage erst den Grundanstrich, dann die Beschilderung und anschließend die richtigen Inhalte wie Texte, Bilder und Videos.

Gute Bilder für die Homepage: wo man sie kostenlos oder günstig bekommt



Abbildung 10 - Bildnachweis:
Pro Web Design | Fotolia.com

Für den Besucher einer Homepage macht der geschickte Einsatz von Bildern einen riesigen Unterschied.

Häufig entscheidet der allererste Eindruck einer Homepage darüber, ob der Besucher bleibt oder gleich wieder verschwindet. Man kann das vergleichen mit dem Kennenlernen einer neuen Person. Innerhalb weniger

Sekunden kann man bereits sagen, ob einem jemand sympatisch erscheint oder eben nicht.

Gutes Bildmaterial zeigt Professionalität. Gerade wenn der Besucher ihre Seite oder Ihren Namen noch nicht kennt, kann ihn gutes Design zum Bleiben animieren. Natürlich muss das Gesamtpaket stimmen, aber der visuelle Eindruck ist das Erste was man wahrnimmt – denn Bilder versteht man viel schneller als Text.



Wie wählt man gute Bilder aus?

Am wichtigsten: das Bildmaterial muss zum Text passen. Es bringt nicht viel, wenn die Bilder zwar toll sind, sie aber mit dem Thema der Seite nichts zu tun haben.

Das Bild soll bei der Vermittlung des Inhaltes unterstützen und das Leseerlebnis angenehmer machen.

Falls Sie ihr Bildmaterial selbst erstellen wollen, sollten Sie ein wenig Erfahrung mit Fotografie und Bildkomposition haben. Die Bilder sollten gut ausgeleuchtet sein und am besten mit einer guten Kamera (z.B. Spiegelreflex) geschossen sein. Auch sollte ziemlich klar sein, wer oder was das Motiv ist. Oft werden Bilder so zugeschnitten, dass man noch den Arm einer anderen Person im Bild erkennen kann.

Es müssen aber nicht immer reale Fotos sein. Wie Sie auf WebsiteToolTester.com sehen, verwenden wir hauptsächlich einen eher comic-artigen Stil mit vielen Icons und Illustrationen. Wichtig ist nur, dass Sie einen Stil wählen und diesen auch beibehalten.

Und auch wenn Sie selbst vielleicht kamerascheu sind – zeigen Sie sich auf Ihrer Website. Überlegen Sie aus Besuchersicht: wirkt es nicht vertrauenswürdiger, wenn der Homepage-Betreiber sich selbst zeigt und Sie aus einem gut gemachten Bild anlächelt?

Die besten Quellen für kostenlose Bilder

Das wichtigste überhaupt ist erst einmal, dass man keine Bilder irgendwo aus dem Web klauen darf. Auch nicht von der Google Bildersuche. Falls man abgemahnt wird, kann das (sehr) teuer werden.

Für einen Online Shop kann man Produkte z.B. auf diese Art selbst abfotografieren:
tooltester.de/j27ECI

Auf mich haben diese kostenlosen Stockphoto-Websites den besten Eindruck



gemacht:

Pixelio: www.pixelio.de - große Auswahl

AllTheFreeStock: allthefreestock.com - Sammlung kostenloser Bildquellen

Aboutpixel: www.aboutpixel.de - einmal pro Woche kostenlose Credits

SXC.hu: www.sxc.hu - große Auswahl

Shiny Icon Maker - erikmoberg.net/iconmaker.php – eigene Icons erstellen

Flickr www.flickr.com – wichtig bei kommerzieller Nutzung - mit erweiterter Suche arbeiten und am besten diese Lizenz-Einstellungen wählen:



*Tipp: Suchen Sie nach
Inhalten mit einer Creative
Commons-Lizenz.
[Weitere Informationen...](#)*

☒ Nur in Inhalten mit einer Creative Commons-Lizenz suchen

☒ Nach Inhalten zur kommerziellen Nutzung suchen

☒ Nach Inhalten für Änderung, Anpassung oder Bearbeitung suchen

Wichtig zu wissen: teilweise kommt es bei den kostenlosen Seiten vor, dass Bilder von Nutzern hochgeladen werden, die gar nicht über die Bildrechte verfügen. Wenn Sie das Bild dann verwenden, liegt das Risiko bei Ihnen.

Die besten Websites für günstige Bilder hoher Qualität

Bereits unter einem Euro kann man sehr gute Bilder bekommen. Ich würde bei den „Klassikern“ ein wenig vorsichtig sein. Also z.B. irgendwelche Leute, die vor einem Laptop sitzen und begeistert die Hände in die Höhe reißen – das wirkt immer sehr gestellt. Aber wie gesagt, versuchen Sie einfach einen passenden Stil für Ihre Seite zu finden.

Diese Fotobörsen sind empfehlenswert:

Fotolia www.fotolia.de – den Großteil unserer Bilder kaufen wir dort. Mit einem kleinen Trick kann man sogar noch günstiger an die Fotos kommen:



tooltester.de/fotolia-trick

Photocase www.photocase.de – die Auswahl ist nicht so riesig, aber man findet hier sehr gute Bilder von Menschen.

Istockphoto www.istockphoto.com – ähnlich wie Fotolia riesige Auswahl.

Ansonsten bieten auch viele Blogs tolle, kostenlose Icons an. Dazu einfach in der Blogsuche nach „Freebie Icons“ googlen. Kurzlink: tooltester.de/freebie-icons

Bildbearbeitung

An Bildern gibt es fast immer etwas zu verändern: sei es die Größe, oder der Zuschchnitt. Zum Glück muss es nicht immer das sündhaft teure Photoshop sein. Hier finden Sie einige gute und kostenlose Alternativen.

Kurzlink: tooltester.de/photoshopalternativen

Wer hohe Ambitionen hat, sollte sich mit Gimp.org beschäftigen, Einsteiger hingegen bekommen die Grundfunktionen einfach und ohne viel Firlefanz auch bei Sumopaint.com.

Es gibt zwei Grundregeln der Bildbearbeitung, die Sie unbedingt einhalten müssen, wenn Ihre Homepage einen guten Eindruck hinterlassen soll:

- Ändern Sie nie die Proportionen des Bildes
- Vergrößern Sie kein zu kleines Bild – sonst wird es unscharf und pixelig



Diese beiden Fehler werden interessanterweise ganz häufig auf unseriösen Websites gemacht – und so soll Ihre neue Seite hoffentlich nicht wirken!

Um mit den Bildern effektiv arbeiten zu können, sollten Sie den Unterschied zwischen den verschiedenen Grafikdateiformaten kennen (.jpg, .gif, .png und .bmp). Das ist hier gut erklärt, Kurzlink: tooltester.de/bildformate



Falls Sie selbst kein Auge für Grafiken haben, sollten Sie einen guten Grafiker finden, der Sie bei der Bildauswahl und –bearbeitung unterstützt.

Vor und während der Veröffentlichung: das ist wichtig

Vor der Veröffentlichung

Impressumspflicht in Deutschland

Ein Impressum gehört zur Grundausstattung einer gewerblichen Website (rein private Websites sind davon in der Regel ausgenommen). Hier finden Sie weitere Informationen zur Impressumspflicht.

Kurzlink: tooltester.de/musterimpressum

Unter diesem Link finden Sie einen kostenlosen Impressumsgenerator

Kurzlink: tooltester.de/impressum1

Auch in der Schweiz und Österreich gibt es ähnliche Regelungen.

Google Analytics installieren

Der Webstatistik-Dienst von Google ist zum Standard geworden und dazu kostenlos.

Über das Tool können Sie nicht nur die Besucherzahlen und die Anzahl der Seitenaufrufe ermitteln. Nein, auch woher die Besucher kommen (Land und ungefähre Stadt) zeigt Google Analytics an.

Die wichtigste Information ist aber eine andere: sie erfahren, wie viele Leute über Suchmaschinen auf Ihre Website kommen und welche Suchbegriffe sie dazu benutzt haben. Einmal installiert, läuft Google Analytics im Hintergrund und Sie brauchen sich um nichts mehr kümmern. Anmelden können Sie sich hier:

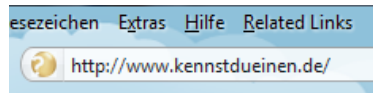
www.google.com/analytics

Wie Sie Google Analytics installieren und auf deutsche Datenschutzstandards



anpassen, erfahren Sie hier: <http://tooltester.de/googleanalytics2>

Favicon erstellen



Das Favicon ist das kleine Bild, das Sie neben der Adresseingabeleiste in Ihrem Browser finden. Ein kleiner persönlicher Touch für Ihre Homepage. Mit favicon-generator.de oder favicon-generator.org können Sie dieses ganz einfach erstellen. Im Menü Ihres Homepage-Baukastens suchen Sie dann einfach nach dem Punkt „Favicon“ und laden es hoch.

Checkliste mit 6 wichtigen Dingen

- ✓ Wenn Sie eine E-Mail Adresse mit Ihrer neuen Domain verwenden möchten, richten Sie diesen vor Veröffentlichung ein.
- ✓ Stellen Sie sicher, dass Ihr Kontaktformular richtig funktioniert. Deswegen: Testregistrierung durchführen!
- ✓ Stellen Sie sicher, dass Sie für die Seitentitel und die Seitenbeschreibung („Meta-Description“) sinnvolle Beschreibungen gewählt haben. Sinnvoll heißt, dass sich darin Suchbegriffe befinden, die von Ihren Kunden verwendet werden. Diese Informationen benötigen die Suchmaschinen.
- ✓ Komplette Rechtschreib- und Grammatikprüfung
- ✓ Website auf fehlerhafte Verlinkungen überprüfen, z.B. mit Xenu (Mehr Info hier, Kurzlink: tooltester.de/linkchecker)
- ✓ Website auf anderem Computer mit anderem Browser/Tablet testen – ab und zu kann es Darstellungsprobleme geben, die Sie auf Ihrem System nicht sehen

Nach der Veröffentlichung

Seite bei Suchmaschinen anmelden



Melden Sie die Seite bei den großen Suchmaschinen an.

Google: <http://www.google.de/addurl/?hl=de&continue=/addurl>

Bing: <http://www.bing.com/webmaster/SubmitSitePage.aspx>

Erwarten Sie aber nicht, dass unmittelbar Besucher über diese Suchmaschinen auf Ihre neue Homepage kommen. Bis diese Ihre Seite komplett indiziert haben und der Meinung sind, dass ihre Inhalte relevant sind, können Tage, wenn nicht Wochen vergehen.

Beachten Sie: die goldene Währung im Internet sind Verlinkungen, sogenannte Backlinks. Sorgen Sie dafür, dass qualitativ hochwertige Seiten auf Ihre Website verlinken. Dann steigen Ihre Suchmaschinenplatzierungen schneller an. Aber Finger weg von Linkkäufen und sonstigen dubiosen Wegen an Links zu kommen. Wenn Google das mitbekommt, können Sie im schlimmsten Fall aus dem Index verbannt werden.

Ausführlichere Infos zum Thema Suchmaschinenoptimierung erhalten Sie hier, Kurzlink: tooltester.de/seoinfos

Zusätzliche nützliche Informationen

Tipps, nützliche Tools & Tutorials

Kurzlink: tooltester.de/resources

Artikelserie „Schritt für Schritt zum eigenen Online Shop“

Kurzlink: tooltester.de/eshop-erstellen

Bonus: der Homepage-Videokurs

Weitere Informationen finden Sie auf www.websitetooltester.com



Nach so viel Theorie haben Sie jetzt mit Sicherheit Lust praktische Erfahrungen zu sammeln. Genau das bietet unser Videokurs. In 10 Schritten und 8 Videos zeigen wir Ihnen anhand eines Beispielprojektes, wie Sie eine professionelle Homepage bauen können.



Unser Kurs deckt folgende Schritte ab:

- Schritt 1: Ziele und Inhalte der Website strukturieren
- Schritt 2: Anbietervergleich
- Schritt 3: Webseite registrieren
- Schritt 4: Layout aussuchen
- Schritt 5: Erste Inhalte einfügen
- Schritt 6: Navigation bearbeiten
- Schritt 7: Zusatzleiste bearbeiten
- Schritt 8: Style anpassen
- Schritt 9: Letzte Anpassungen
- Schritt 10: Homepage online stellen

Und keine Sorge, auch dieser Kurs ist natürlich kostenlos! Hier können Sie gleich loslegen: <http://tooltester.de/homepagekurs>

Viel Vergnügen!



Danke...

dass Sie sich die Mühe gemacht haben dieses eBook zu lesen. Ich hoffe das Lesen hat Ihnen ein bisschen Spaß gemacht und Sie haben viel dabei gelernt. Falls Ihnen die Informationen geholfen haben und das WebsiteToolTester-Projekt gerne unterstützen möchten, gibt es folgende Möglichkeiten:

- Besuchen Sie die Websites der Homepage-Baukasten Anbieter bitte über die Verlinkungen auf WebsiteToolTester.com. Falls Sie Kunde bei einem der Anbieter werden, erhalten wir eine Provision. Da wir auf Werbebanner verzichten, ist das für uns die einzige Einnahmequelle. Für Sie bleibt der Preis natürlich genau gleich.
- Über eine Verlinkung von Ihrer neuen Website würden wir uns sehr freuen. Dasselbe gilt natürlich auch für „Gefällt mir’s“ auf Facebook!

Falls Sie an irgendeiner Stelle ratlos sind, können Sie mich auch gerne direkt kontaktieren, Kurzlink: tooltester.de/kontaktaufnehmen

Und wie bereits erwähnt, wenn Sie Freunde und Bekannte haben, für die dieses eBook nützlich sein könnte, dürfen Sie es gerne weitergeben.

**Hinweise zur Benutzung dieser Publikation und zur Haftung**

Erstmals erschienen im Dezember 2010. Zuletzt aktualisiert im **Oktober 2014**.

Alle angebotenen Inhalte dienen ausschließlich der Information. Alle Inhalte dieser Publikation werden wiedergegeben ohne Gewähr für ihre Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit. In keinem Fall wird für Schäden, die sich aus der Verwendung der Informationen ergeben, eine Haftung übernommen. Für die Inhalte der über Hyperlinks verbundenen Angebote auf andere Sites sind die jeweiligen Betreiber verantwortlich. Alle angebotenen Inhalte sowie sämtliches mit dieser Publikation zusammenhängendes Tun, Dulden oder Unterlassen unterliegt ausschließlich deutschem Recht.

Impressum:

<http://www.websitetooltester.com/impressum/>

Bildnachweis Titelseite

alain wacquier - Fotolia.com

moonrun - Fotolia.com

Roslen Mack - Fotolia.com

Sylviii - Fotolia.com