

7 SCHRITTE ZU IHRER PERFECTEN WEBSEITE

So kommst du in die
Sichtbarkeit





EINLEITUNG

Eine professionelle Webseite ist heute für nahezu jedes Unternehmen unerlässlich. Sie ist oft der erste Kontaktpunkt für potenzielle Kunden, trägt zur Markenwahrnehmung bei und fungiert als Verkaufsplattform oder Informationsquelle. Die Herausforderung besteht jedoch darin, eine Webseite zu erstellen, die nicht nur gut aussieht, sondern auch effektiv funktioniert – sei es durch Sichtbarkeit in Suchmaschinen, einfache Bedienbarkeit oder die Umwandlung von Besuchern in Kunden.

In diesem Leitfaden erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Schritte und Entscheidungen, die Sie bei der Planung und Erstellung Ihrer Webseite beachten sollten. Dabei gehen wir auf die zentralen Punkte ein, die eine erfolgreiche Webseite ausmachen und helfen Ihnen, die richtigen Fragen zu stellen, bevor Sie mit dem Projekt beginnen.





SCHRITT 1: VORÜBERLEGUNGEN – WAS SIE VOR DEM START WISSEN MÜSSEN

Bevor Sie mit dem Bau Ihrer Webseite beginnen, ist es wichtig, sich über einige grundlegende Dinge im Klaren zu sein. Diese Vorüberlegungen helfen Ihnen, die Ziele und den Umfang Ihres Projekts zu definieren, was sich auch direkt auf den Aufwand und die Kosten auswirkt.

ZIELGRUPPE UND MARKTPositionIERUNG

Wer soll Ihre Webseite besuchen? Überlegen Sie sich, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten. Handelt es sich um Privatpersonen, Geschäftskunden, oder vielleicht eine spezielle Nische? Ihre Webseite sollte so gestaltet sein, dass sie die Bedürfnisse und Erwartungen Ihrer Zielgruppe erfüllt. Dies betrifft sowohl den Inhalt als auch das Design.

ZIELE DER WEBSEITE

Was wollen Sie mit Ihrer Webseite erreichen? Hier gibt es unterschiedliche Ansätze:

INFORMIEREN

Eine Unternehmensseite, die über Ihre Dienstleistungen und Produkte aufklärt.

VERKAUFEN

Ein Webshop, der direkt Produkte oder Dienstleistungen anbietet.

LEADS GENERIEREN

Durch Kontaktformulare oder spezielle Angebote potenzielle Kunden gewinnen.

INHALTE UND FUNKTIONEN

Welche Inhalte sind für Ihre Zielgruppe relevant? Überlegen Sie sich, welche Seiten Ihre Webseite beinhalten sollte (z. B. Startseite, Über uns, Kontakt) und welche Funktionen Sie benötigen (z. B. ein Blog, ein Newsletter-Anmeldeformular oder eine Galerie).



www.share2create.com

UNTERSCHIED ZWISCHEN HOMEPAGE, LANDINGPAGE, WEBSHOP UND BLOG

Je nach Zielsetzung sind unterschiedliche Webseitentypen sinnvoll:

- **Homepage:** Die Hauptseite Ihres Unternehmens, die einen Überblick gibt.
- **Landingpage:** Eine speziell optimierte Seite, die auf ein bestimmtes Angebot abzielt, oft im Rahmen von Marketing-Kampagnen.
- **Webshop:** Eine E-Commerce-Seite, auf der Produkte oder Dienstleistungen verkauft werden.
- **Blog:** Eine dynamische Seite, die regelmäßig neue Inhalte bietet, wie Artikel oder News-Updates.

MOBILE-FIRST UND BENUTZERFREUNDLICHKEIT

Immer mehr Menschen surfen mit mobilen Geräten. Daher sollte Ihre Webseite von Anfang an für mobile Endgeräte optimiert werden (Stichwort „Mobile-First“). Eine benutzerfreundliche Webseite ist leicht navigierbar, lädt schnell und ist auf allen Geräten gut nutzbar.



DOMAIN UND HOSTING

Die Wahl der Domain (der Webadresse) sollte gut durchdacht sein – sie sollte kurz, einprägsam und relevant für Ihr Geschäft sein. Außerdem müssen Sie sich für einen Hosting-Anbieter entscheiden, der für die Performance und Erreichbarkeit Ihrer Webseite sorgt.



SCHRITT 2: WAS DARF AUF EINER ANSPRECHENDEN HOMEPAGE NICHT FEHLEN?

Eine gut gestaltete Homepage ist der erste Eindruck, den Besucher von Ihrem Unternehmen bekommen. Hier sollten einige zentrale Elemente vorhanden sein:

WICHTIGE ELEMENTE EINER HOMEPAGE



Navigation

Die Menüstruktur sollte intuitiv und einfach zugänglich sein. Oft wird dafür ein "Hamburger-Menü" eingesetzt, ein einfaches Menü zum aufklappen.



Header and footer

Der obere Bereich der Webseite (Header) enthält oft das Logo, das Menü und einen Call-to-Action (CTA). Der untere Bereich (Footer) sollte die Kontaktinformationen, rechtliche Hinweise und Links zu sozialen Medien enthalten.



Call-to-action (CTA)

Dieser lädt Besucher zu einer konkreten Handlung auf, wie z. B. „Jetzt Kontakt aufnehmen“ oder „Produkt kaufen“.

GESTALTUNG

Farben, Schriftarten und Bilder sollten zum Unternehmensimage passen. Eine moderne Gestaltung wirkt professionell und schafft Vertrauen.

VERTRAUEN AUFBAUEN

Eine „Über uns“-Seite, Testimonials (Kundenbewertungen) oder Zertifikate schaffen Vertrauen und erhöhen die Glaubwürdigkeit Ihrer Webseite.

INTERAKTIVE FEATURES

Bieten Sie Ihren Besuchern interaktive Möglichkeiten, wie z. B. ein Kontaktformular, Live-Chat oder die Möglichkeit, sich für einen Newsletter anzumelden. Diese Elemente fördern die Interaktion und helfen, Leads zu generieren.





SCHRITT 3: SEO-OPTIMIERUNG – WIE SIE IHRE WEBSEITE FÜR GOOGLE SICHTBAR MACHEN

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist der Schlüssel, um in Suchmaschinen wie Google gut gefunden zu werden. SEO umfasst mehrere Aspekte:

ON-PAGE SEO

- Meta-Titel und -Beschreibungen: Diese Texte erscheinen in den Suchergebnissen und beeinflussen die Klickrate.
- Alt-Tags für Bilder: Diese Beschreibungen helfen nicht nur sehbehinderten Nutzern, sondern auch Suchmaschinen, den Inhalt Ihrer Bilder zu verstehen.

KEYWORDS

Führen Sie eine Keyword-Recherche durch, um herauszufinden, welche Begriffe Ihre Zielgruppe sucht, und platzieren Sie diese gezielt auf Ihrer Webseite.



TECHNISCHE SEO

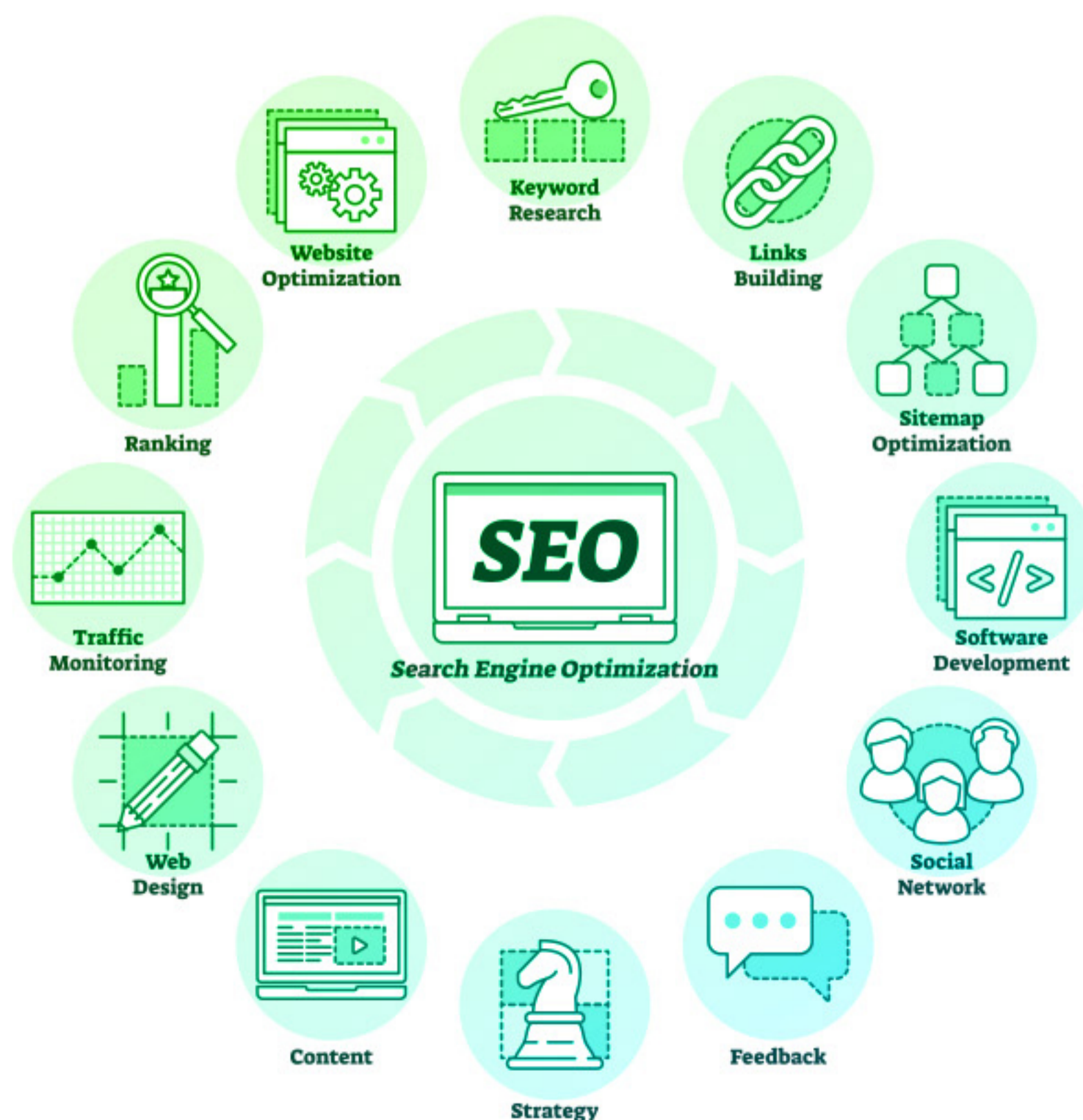


STRUKTURIERTE DATEN UND INTERNE VERLINKUNGEN

Strukturierte Daten (z. B. Rich Snippets) helfen Suchmaschinen, den Inhalt Ihrer Seite besser zu verstehen. Interne Verlinkungen verbessern die Benutzerführung und die Sichtbarkeit einzelner Seiten.

SEO-TOOLS UND PLUG-INS

Mit Tools wie Yoast SEO oder Rank Math können Sie Ihre Webseite unkompliziert für Suchmaschinen optimieren.





SCHRITT 4: CONVERSION-OPTIMIERUNG – WIE SIE BESUCHER IN KUNDEN UMWANDELN

Eine gut gestaltete Webseite bringt Ihnen nichts, wenn die Besucher sie schnell wieder verlassen, ohne zu interagieren. Conversion-Optimierung bedeutet, Ihre Webseite so zu gestalten, dass sie die Besucher zu einer konkreten Handlung animiert, sei es der Kauf eines Produkts, die Kontaktaufnahme oder das Abonnieren eines Newsletters.

NUTZERFÜHRUNG UND KLARE CALL-TO-ACTION (CTA)

Stellen Sie sicher, dass jede Seite Ihrer Webseite ein klares Ziel hat. Verwenden Sie eindeutige und ansprechende CTA-Buttons, die den Besucher zu Aktionen wie z.B. "Jetzt kaufen", "Mehr erfahren" oder "Kostenlos testen" auffordern. Diese Buttons sollten gut sichtbar platziert werden, z.B. im Header, auf der Startseite und in relevanten Sektionen.



TRUST-ELEMENTE: VERTRAUEN AUFBAUEN

Vertrauen spielt eine entscheidende Rolle bei der Entscheidung des Besuchers, ob er mit Ihnen interagiert. Verwenden Sie Trust-Elemente wie:

KUNDENBEWERTUNGEN UND TESTIMONIALS

Echte Erfahrungsberichte von zufriedenen Kunden können neue Besucher überzeugen.

ZERTIFIKATE UND SICHERHEITSMERKMALE

SSL-Verschlüsselung, Datenschutzrichtlinien und vertrauenswürdige Zahlungspartner schaffen Sicherheit.

AUSZEICHNUNGEN ODER REFERENZEN

Zeigen Sie Ihre Erfolge und Partnerschaften, um Professionalität zu unterstreichen.

LANDINGPAGES ZUR LEAD-GENERIERUNG

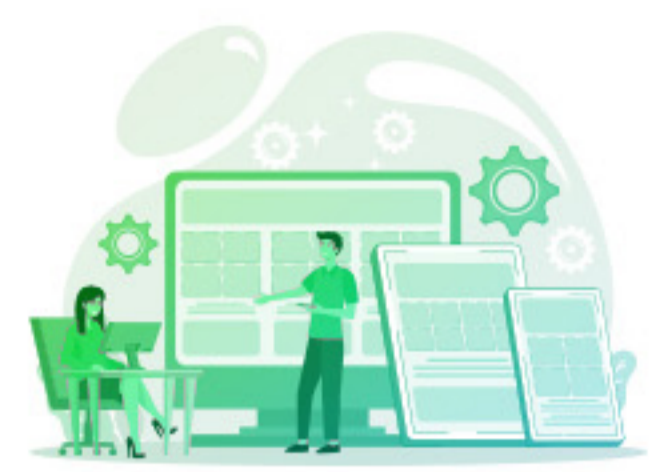
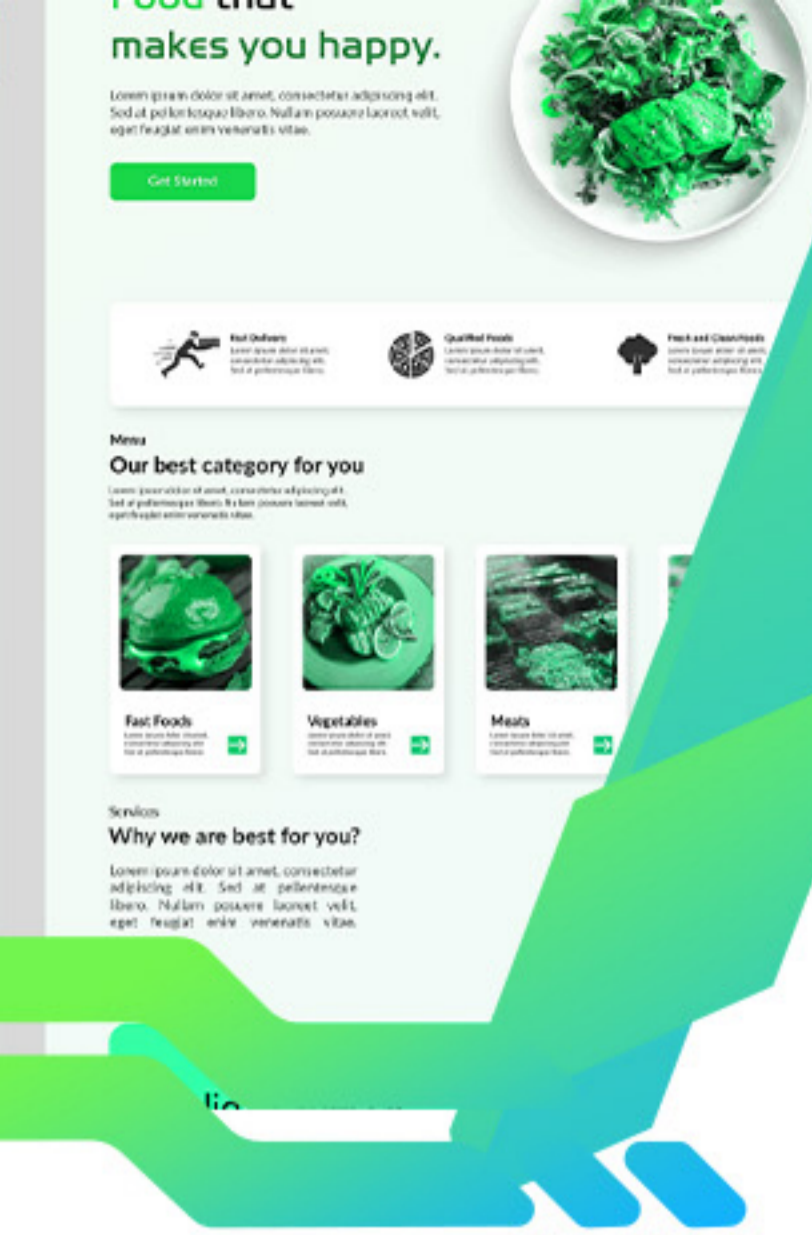
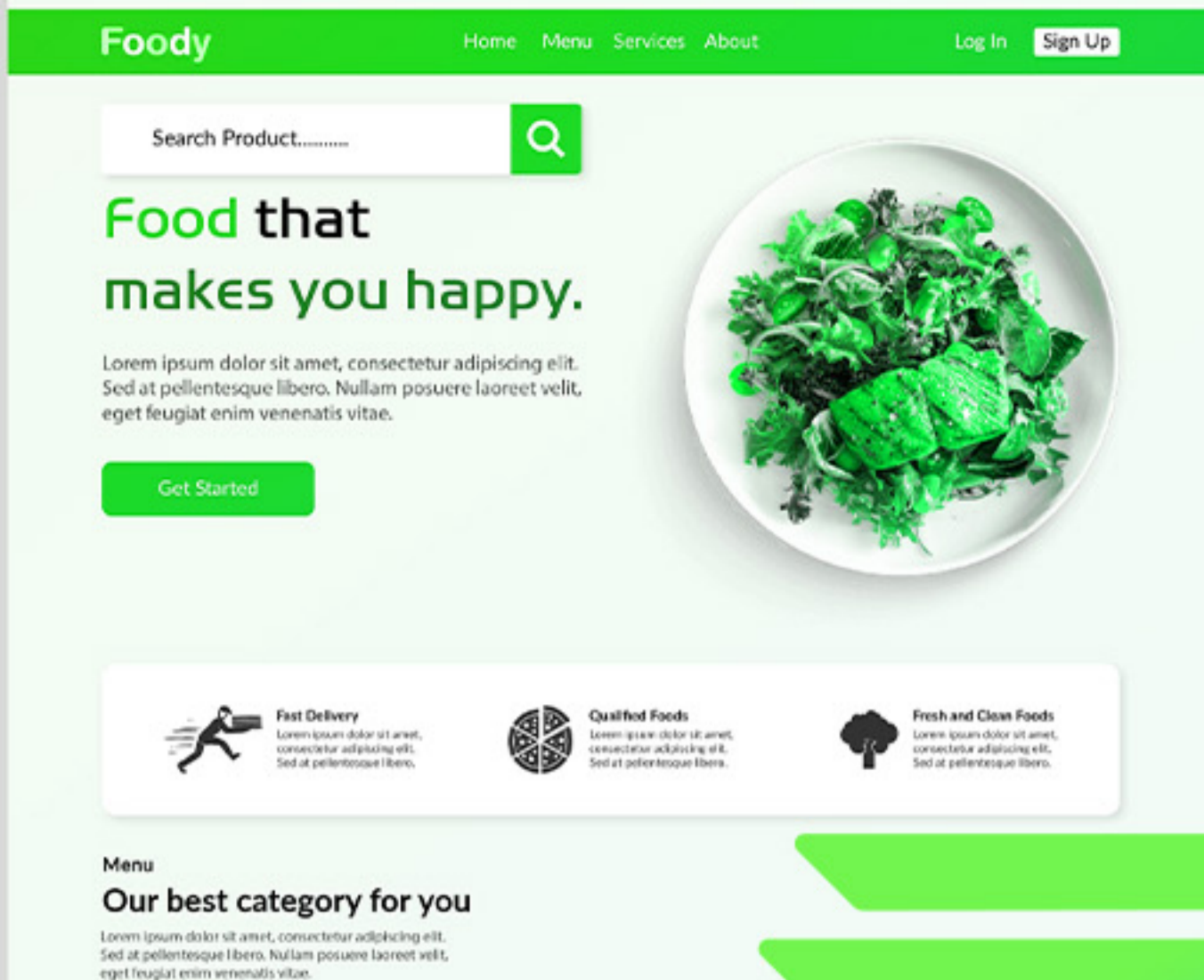
Landingpages sind spezielle Seiten, die auf eine konkrete Aktion oder ein Angebot ausgerichtet sind. Sie sollten optimiert sein, um Leads zu generieren, also z. B. Kontaktformulare für Anfragen oder Newsletter-Anmeldungen enthalten. Eine gut gestaltete Landingpage enthält:

- Klare und prägnante Texte
- Eine starke Überschrift, die den Mehrwert des Angebots hervorhebt
- Nur die nötigsten Informationen, um Ablenkungen zu minimieren
- CTA-Buttons, die den Besucher zu einer Handlung motivieren

USABILITY: BENUTZERFREUNDLICHKEIT UND BARRIEREFREIHEIT

Die Benutzerfreundlichkeit (Usability) ist entscheidend, um Besucher auf Ihrer Seite zu halten. Eine einfach navigierbare, leicht verständliche Webseite sorgt für eine positive Nutzererfahrung. Außerdem sollten Sie darauf achten, dass Ihre Webseite barrierefrei ist, d. h., sie muss auch für Menschen mit Behinderungen zugänglich und einfach nutzbar sein (z. B. durch klare Kontraste, alternative Texte für Bilder, einfach zu bedienende Formulare, die passende Schriftgröße usw.).





SCHRITT 5: DESIGN-OPTIONEN – VON TEMPLATES BIS ZU INDIVIDUELLEN DESIGNS

Das Design Ihrer Webseite bestimmt nicht nur das Erscheinungsbild, sondern auch den Gesamteindruck, den Besucher von Ihrem Unternehmen bekommen. Hier gibt es verschiedene Ansätze, wie Ihre Webseite gestaltet werden kann.

UNTERSCHIEDLICHE DESIGNANSÄTZE: TEMPLATES VS. CUSTOM DESIGN

- **Templates:** Vorgefertigte Design-Vorlagen, die sich leicht anpassen lassen. Sie sind kostengünstig und ermöglichen eine schnelle Umsetzung. Besonders WordPress bietet eine Vielzahl an hochwertigen, professionellen Templates.
- **Custom Design:** Hier wird das Design Ihrer Webseite von Grund auf individuell erstellt. Dies ist aufwändiger, bietet jedoch maximale Flexibilität und Einzigartigkeit. Ein maßgeschneidertes Design spiegelt Ihre Marke perfekt wider und hebt sich von der Konkurrenz ab.

VORTEILE VON TEMPLATES

- **Kosteneffizienz:** Templates sind wesentlich günstiger als maßgeschneiderte Designs.
- **Schnelligkeit:** Da sie vorgefertigt sind, können sie in kürzerer Zeit implementiert werden.
- **Flexibilität:** Viele Templates lassen sich anpassen, sodass Sie Farben, Schriftarten und Bilder nach Belieben ändern können

ELEMENTOR ALS BEISPIEL FÜR DRAG-AND-DROP-BUILDER

Elementor ist ein beliebtes WordPress-Tool, mit dem Sie ohne Programmierkenntnisse professionelle Webseiten erstellen können. Es bietet eine „Drag-and-Drop“-Funktion, mit der Sie Layouts und Inhalte einfach per Mausklick arrangieren können. Elementor eignet sich besonders gut für Nutzer, die eine flexible und einfach bedienbare Lösung suchen.

VORTEILE EINES MASSGESCHNEIDERTEN DESIGNS

- **Einzigartigkeit:** Ein individuelles Design hebt Sie von der Masse ab und gibt Ihnen die Freiheit, Ihre Webseite genau nach Ihren Vorstellungen zu gestalten.
- **Flexibilität:** Jedes Detail, von der Benutzerführung bis zur Anordnung der Elemente, kann auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten werden.

ONE-PAGER-WEBSEITEN: VOR- UND NACHTEILE

One-Pager sind Webseiten, die alle Inhalte auf einer einzigen Seite anzeigen. Sie eignen sich gut für Projekte mit überschaubaren Inhalten und klar fokussierten Zielen, wie z. B. Produktpräsentationen oder persönliche Portfolios.

- **Vorteile:** Schnelle Ladezeiten, klare Struktur, einfacher für den Nutzer.
- **Nachteile:** Begrenzte SEO-Möglichkeiten, weniger Platz für umfangreiche Inhalte.





SCHRITT 6: NÜTZLICHE PLUG-INS UND TOOLS

Um Ihre Webseite funktional und vielseitig zu gestalten, gibt es eine Vielzahl von WordPress-Plugins, die Ihnen helfen, wichtige Funktionen hinzuzufügen.

NEWSLETTER – TOOLS



Mailchimp: Eines der beliebtesten Tools zur Verwaltung von E-Mail-Marketing-Kampagnen. Mit Mailchimp können Sie Newsletter-Abonnenten sammeln, Kampagnen erstellen und versenden.



Newsletter2Go: Eine weitere gute Option für professionelles E-Mail-Marketing, die besonders in Europa durch strenge Datenschutzregelungen beliebt ist.

KONTAKTFORMULARE



- **Contact Form 7:** Ein einfaches und beliebtes Tool zur Erstellung von Kontaktformularen.



- **WPForms:** Ein benutzerfreundlicher Drag-and-Drop-Formular-Builder, der auch komplexe Formulare leicht umsetzbar macht.

KALENDER UND TERMINBUCHUNG



- **Amelia:** Ein flexibles Tool für die Verwaltung von Terminen, besonders geeignet für Dienstleister.



- **Bookly:** Ermöglicht es Besuchern, online Termine zu buchen und integriert sich nahtlos in viele Kalenderanwendungen.

ANALYSE-TOOLS



Google Analytics: Das Standard-Tool zur Analyse von Webseitenbesuchen, Nutzerverhalten und Conversion-Raten.



Hotjar: Bietet detaillierte Einblicke in das Nutzerverhalten durch Heatmaps und Benutzer-Feedback.

SICHERHEITS-PLUGINS



Wordfence: Ein umfassendes Sicherheits-Plugin, das Ihre Webseite vor Hackerangriffen und Malware schützt.



Sucuri: Ein weiteres leistungsstarkes Plugin, das Sicherheitslücken identifiziert und schließt.

DOWNLOAD-MANAGER UND ANDERE HILFREICHE TOOLS

Mchten Sie Ihren Besuchern Dateien zum Downlaod anbieten? Der **WordPress Download Manager** bietet Ihnen die Möglichkeit, Downloads zu verwalten, zu tracken und zu schützen. Weitere Plugins helfen bei der Integration von Social-Media Feeds oder der Optimierung der Ladegeschwindigkeit Ihrer Webseite.



SCHRITT 7: KOSTENFAKTOREN UND PROJEKTUMFANG

Die Kosten für eine Webseite können stark variieren, je nachdem, welche Anforderungen Sie haben. Die Faktoren, die den Preis beeinflussen, reichen von der Art der Webseite (One-Pager, Webshop, Blog) bis hin zu den eingesetzten Tools und Designanforderungen.

WELCHE FAKTOREN BEEINFLUSSEN DIE KOSTEN?

- Design: Templates sind günstiger als individuelle Designs.
- Funktionsumfang: Je mehr Funktionen Ihre Webseite haben soll (z. B. Webshop, Buchungssystem), desto höher die Kosten.
- Wartung: Langfristige Wartung und Updates sollten ebenfalls eingeplant werden.
- Hosting und Domain: Diese laufenden Kosten hängen von der Größe Ihrer Webseite und den technischen Anforderungen ab.

ÜBERSICHT DER VERSCHIEDENEN PROJEKTGRÖSSEN (XS BIS XXL)

- XS: Einfache Webseite mit wenigen Seiten (z. B. One-Pager) und minimalem Funktionsumfang.
- S: Kleine Unternehmenswebseite mit grundlegenden Funktionen wie einem Kontaktformular und einer „Über uns“-Seite.
- M: Webseite mit mehreren Seiten und interaktiven Features wie einem Blog oder einem Newsletter.

- L: Webshop oder größere Unternehmensseite mit umfassender SEO-Optimierung und mehreren Plugins.
- XL: Komplexe Webseite mit individuellen Funktionen, Webshop, Kalender- oder Buchungssystem und maßgeschneidertem Design.
- XXL: Großprojekte mit umfangreicher Backend-Integration, individuellen Designs und speziellen Funktionen wie einer Mitgliederverwaltung oder einem Buchungssystem.

WARTUNG UND LAUFENDE KOSTEN

Auch nach der Fertigstellung Ihrer Webseite fallen Wartungskosten an. Dazu gehören regelmäßige Updates der Plugins und Themes, Sicherheitsüberprüfungen sowie mögliche Anpassungen oder Erweiterungen.

CHECKLISTE: PROJEKTUMFANG RICHTIG EINSCHÄTZEN

Nutzen Sie die folgende Checkliste, um den Umfang Ihres Webseitenprojekts besser bewerten zu können. Kreuzen Sie für jede Frage die passende Antwort an und addieren Sie am Ende die Punkte, um einen groben Eindruck des Umfangs und der Komplexität Ihres Projekts zu erhalten.

Frage	Erläuterung & Erklärung	XS (1 Punkt)	S (2 Punkte)	M (3 Punkte)	L (4 Punkte)	XL (5 Punkte)	XXL (6 Punkte)
1. Wie viele Seiten werden benötigt?	Zählen Sie die Anzahl der unterschiedlichen aufrufbaren Seiten (Startseite, Über uns, Kontakt etc.).	1	2-3	4-5	6-10	11-15	mehr als 15
2. Welche Hauptfunktionen werden benötigt?	Z. B. Kontaktformular, Blog, Webshop, Kalender.	Nur Kontaktformular	zusätzlich Newsletter und Galerie	zusätzlich Blog und Kalender	zusätzlich Webshop	Komplexe Buchungssysteme	Individuelle Tools und Integrationen
3. Soll ein individuelles Design erstellt werden?	Wählen Sie zwischen einem Template und einem maßgeschneiderten Design.	Einfaches Template	Template mit kleinen Anpassungen	Stark angepasstes Template	Individuelles Design	Maßgeschneidertes Design mit vielen Features	Hochgradig individualisiertes Design

Frage	Erläuterung & Erklärung	XS (1 Punkt)	S (2 Punkte)	M (3 Punkte)	L (4 Punkte)	XL (5 Punkte)	XXL (6 Punkte)
4. SEO-Optimierung erforderlich?	Benötigen Sie eine grundlegende oder erweiterte SEO-Optimierung für Ihre Seite?	Keine	Basis-SEO (Meta-Tags, Keywords)	Basis + Inhalte	Technische SEO (Performance, Struktur)	Fortgeschrittene SEO (Backlinks, Local SEO)	Umfassende SEO-Strategie mit regelmäßigen Updates
5. Wie viele Plugins oder externe Tools werden integriert?	Zählen Sie alle Plugins oder Tools wie E-Mail-Marketing, Analyse-Tools, etc.	Keine	1-2 Plugins	3-4 Plugins	5-7 Plugins	8-10 Plugins	mehr als 10 Plugins
6. Ist die Webseite für ein größeres Publikum gedacht?	Berücksichtigen Sie, ob die Webseite hohe Besucherzahlen und internationale Reichweite haben soll.	Kleinere, lokale Seite	Regional	National	National mit mehreren Sprachen	International mit 2-3 Sprachen	Weltweit mit komplexen Sprach- und Standortanpassungen
7. Wartung und zukünftige Updates?	Wie häufig müssen Inhalte und Funktionen aktualisiert werden?	Keine Wartung	Gelegentliche Updates	Regelmäßige Updates (monatlich)	Häufige Updates und neue Inhalte (wöchentlich)	Fortlaufende Betreuung notwendig	Kontinuierliche Wartung und Erweiterung erforderlich
8. Benötigen Sie Mehrsprachigkeit?	Falls die Webseite in mehreren Sprachen verfügbar sein soll, erhöht das den Aufwand für Inhalte und SEO.	Nur eine Sprache	Zwei Sprachen	Drei Sprachen	Vier Sprachen	Fünf Sprachen	Mehr als fünf Sprachen
9. Integration von Social Media?	Sollen Social-Media-Feeds, Sharing-Funktionen oder Login-Optionen integriert werden?	Keine	Einfache Social-Media-Links	Social-Sharing-Buttons	Automatische Feeds	Social Media Login	Umfangreiche Social-Media-Integration und Management

Frage	Erläuterung & Erklärung	XS (1 Punkt)	S (2 Punkte)	M (3 Punkte)	L (4 Punkte)	XL (5 Punkte)	XXL (6 Punkte)
10. Benötigen Sie besondere Sicherheits-features?	Je nach Art der Webseite können erweiterte Sicherheitsmaßnahmen notwendig sein, z. B. bei Webshops.	Standard SSL-Zertifikat	Grundlegende Sicherheits-plugins	Erweitertes Sicherheitssystem	DDoS-Schutz und Firewall	Regelmäßige Sicherheitsprüfungen	Vollständiges Security Management (inkl. Datenverschlüsselung)
11. Haben Sie spezielle Anforderungen an Ladezeit und Performance?	Für Webseiten mit vielen Besuchern oder anspruchsvollen Inhalten kann eine Optimierung der Ladezeiten und Performance erforderlich sein.	Keine besonderen Anforderungen	Grundlegende Performance-Optimierung	Optimierung von Bildern und Scripts	Fortgeschrittene Performance-Optimierung (Caching, Lazy Loading)	Server-Optimierung und CDN-Integration	Maßgeschneiderte Performance-Architektur für große Seiten
12. Wie viel E-Commerce-Funktionalität benötigen Sie?	Falls Sie Produkte oder Dienstleistungen über Ihre Webseite verkaufen, beeinflusst dies den Aufwand erheblich.	Kein Webshop	Kleinere Verkaufsfunktionen (1-10 Produkte)	10-50 Produkte	50-200 Produkte	200-500 Produkte	Umfangreicher Webshop mit umfangreicher Produktverwaltung und Schnittstellen zu ERP-Systemen
13. Gibt es besondere Integrationen mit externen Systemen?	Denken Sie hier an Buchhaltung, CRM-Systeme oder andere Drittsysteme.	Keine	Einfache API-Integration	CRM-Anbindung	Mehrere Systemintegrationen	Komplexe API-Anbindungen	Umfangreiche, maßgeschneiderte Integrationen
14. Wie wichtig ist das Design für Ihre Marke?	Je nach Anspruch an das visuelle Erscheinungsbild und Branding steigt der Aufwand für Design und Kreativität.	Einfaches Standard-design	Designanpassungen an bestehendes Branding	Kreatives, ansprechendes Design	Hochwertiges und detailreiches Design	Maßgeschneidertes, einzigartiges Design	Premium-Design mit einzigartiger Nutzererfahrung (UX/UI)

PUNKTEBEWERTUNG

Addieren Sie die neuen Fragen zu Ihrer bisherigen Punktezahl, um eine noch genauere Einschätzung Ihres Projekts zu erhalten:

- XS (13-24 Punkte): Kleines Projekt mit minimalem Funktionsumfang.
- S (25-39 Punkte): Kleinere Webseite mit grundlegenden Funktionen.
- M (40-51 Punkte): Mittleres Projekt, das zusätzliche Features und Funktionen erfordert.
- L (52-64 Punkte): Großprojekt mit umfassender Funktionalität und Designanforderungen.
- XL (65-79 Punkte): Sehr großes Projekt mit komplexen Anforderungen und langfristiger Pflege.
- XXL (80+ Punkte): Extrem aufwendiges Projekt mit maßgeschneiderten Lösungen, Integrationen und Design. Hierbei sollte ggf. geprüft werden ob WordPress für diese Anforderung die beste Wahl ist.

FAZIT

Die Erstellung einer Webseite ist ein komplexer Prozess, der gut geplant sein sollte. Dieser Leitfaden hat Ihnen die wichtigsten Schritte aufgezeigt – von den ersten Überlegungen, über Design und SEO, bis hin zu der Conversion-Optimierung und den Kostenfaktoren. Mit der Checkliste können Sie den Umfang Ihres Projekts besser einschätzen. Denken Sie daran, dass Ihre Webseite nicht nur heute, sondern auch in Zukunft den Ansprüchen Ihrer Besucher gerecht werden sollte – daher ist eine kontinuierliche Pflege und Optimierung entscheidend für den langfristigen Erfolg.

Wie sehen grob die Preisstrukturen dafür aus?

Für die Erstellung einer WordPress-Webseite gibt es eine grobe Kostenschätzungen, die jedoch stark vom Umfang und der Komplexität des Projekts abhängen kann. Hier ist eine grobe Preisorientierung für die verschiedenen Kategorien (XS bis XXL), die Sie für Ihre Überlegungen nutzen können:

01

XS – Einfache One-Page Webseite

Kosten: ca. 500 – 1.500 €

Begründung: XS-Projekte bestehen meist aus einer einfachen One-Page-Webseite mit vorgefertigten Templates oder sehr kleine Webseiten mit einer minimalen Anzahl an Seiten (1-3). Diese sind kostengünstig, da wenig individuelle Anpassung notwendig ist und vorhandene Templates können dafür eingesetzt und geringfügig angepasst werden. Dieses Projekt eignet sich für Einzelpersonen oder sehr kleine Unternehmen, die lediglich eine Online-Visitenkarte benötigen oder eine Landingpage erstellen wollen.

02

S – Kleine Webseite mit wenigen Seiten

Kosten: ca. 1.500 – 4.000 €

Begründung: Hier sprechen wir von Webseiten mit mehreren Seiten (4-5), die oft eine einfache Kontaktform, Blogfunktion oder kleinere Features wie Newsletter-Integration beinhalten. Es wird ein vorgefertigtes Template genutzt, das jedoch stärker angepasst werden kann. Der Fokus liegt bereits etwas mehr auf SEO und der Nutzererfahrung.

03

M – Mittelgroße Webseite mit speziellen Funktionen

Kosten: ca. 3.000 – 8.000 €

Begründung: Mittelgroße Projekte umfassen oft mehrere Seiten, inklusive maßgeschneiderter Designs, Premium-Themes und der Integration zahlreicher Plugins wie Buchungstools, Kalender oder E-Commerce-Funktionen. Hier sind bereits individuelle Anpassungen und eine gezielte SEO-Optimierung mit Keyword-Recherche und Optimierung der Ladezeiten notwendig.

04

L – Umfangreiche Unternehmensseite

Kosten: ca. 10.000 – 20.000 €

Begründung: Große Projekte beinhalten oft maßgeschneiderte Seitenstrukturen, umfangreiche Inhalte und komplexe Funktionen wie Mitgliederbereiche, Benutzerregistrierung oder interaktive Elemente. Individuelles Design, verbesserte Performance, Sicherheitstools und Hosting auf leistungsstarken Servern erhöhen die Kosten. Solche Projekte sind für Unternehmen gedacht, die eine stark optimierte und funktionale Webseite benötigen, die speziell auf ihre Zielgruppe ausgerichtet ist.

01

XL – Webshop oder komplexes Portal

Kosten: ca. 20.000 – 50.000 €

Begründung: Diese Projekte beinhalten große Webseiten mit komplexen Anforderungen, wie z. B. umfangreiche E-Commerce-Plattformen, Zahlungsintegration, Nutzerprofile oder eine Vielzahl von Produkten und Seiten, mehrere Sprachversionen und umfangreiche Datenbanken. Das Design ist komplett individuell und oft gibt es zusätzliche Module wie CRM-Integrationen, Kundenportale oder interaktive Tools. Es erfordert spezialisierte Entwickler, erweiterte Sicherheit und ständige Wartung. Diese Projekte erfordern oft auch individuelles Hosting und professionelle SEO-Dienste.

02

XXL – Maßgeschneiderte High-End-Webseite

Kosten: ab 50.000 € aufwärts

Begründung: Hier sprechen wir von hochkomplexen und spezifischen Unternehmenslösungen mit einer Vielzahl an Funktionen, hochindividualisierten Designs und umfangreicher SEO-, Sicherheits- und Performance-Optimierung. Es könnten komplette Web-Apps, große Online-Shops mit Hunderten von Produkten oder Webseiten mit datenbankgestützten dynamischen Inhalten sein. Häufig sind dies große Firmenportale oder E-Learning-Plattformen .

HINWEIS ZUR PREISSPANNE

Diese Preisschätzungen dienen lediglich als grobe Orientierung. Die finalen Kosten hängen immer von den individuellen Anforderungen, der Anzahl der Seiten, der benötigten Funktionalität und dem Design ab. Ein genaues Angebot kann erst nach einem Beratungsgespräch und einer vollständigen Projektbesprechung erstellt werden.

IHRE WUNSCHWEBSEITE MUSS NICHT TEUER SEIN!

Wir hoffen unser Leitfaden hat Ihnen die wichtigsten Fragen beantwortet und Sie haben jetzt eine gute Orientierung über Ihr anstehendes Webseiten-Projekt. Sie wissen nun, dass eine Webseite nicht immer die teuerste Variante sein muss, sondern eine gute Webseite muss zu Ihren Zielen und zu Ihrer Zielgruppe passen. Es bringt also nichts, nur eine schöne Webseite zu entwickeln, wenn Sie mit diese Lösung nicht Ihre Ziel erreichen.

Wir sind **Ihr Partner** für Ihr Projekt und helfen Ihnen, eine Webseite zu bauen, die auf **Wirksamkeit** ausgerichtet ist! Alles andere ist reine **Geldverschwendung**.

Kontaktieren Sie uns und vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch!



*Ihre Traum-Webseite ist nur einen
Mausklick entfernt!*