

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite &
Newsletter



Workshops












Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr



Was macht eine gelungene Website aus?

Susanne Dierl

Warum ist eine gute Website wichtig?

Content

Technik

Usability



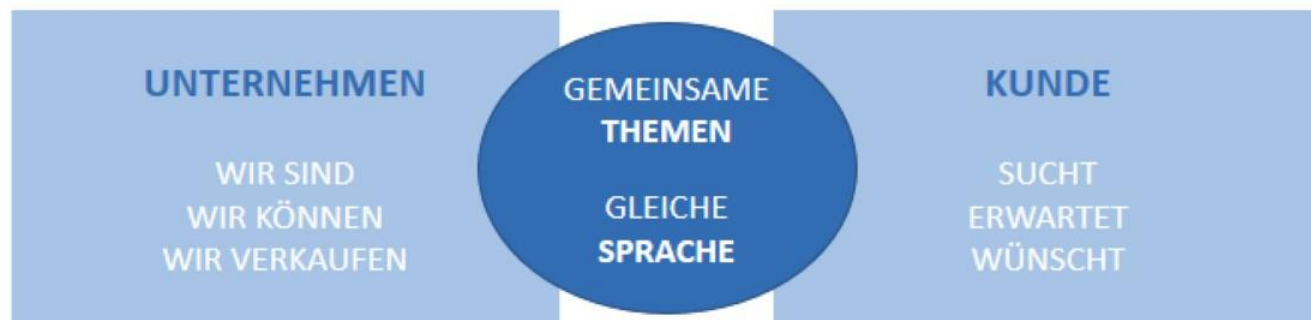
01

Warum ist eine gute Website wichtig?

Warum ist eine gute Website wichtig?

Kernpunkte

- Die Webseite steht im **Mittelpunkt** Ihrer Online-Strategie
- Alle relevanten **Informationen** und der wesentliche **Imagetransfer** finden hier statt
- Von hier aus werden die Inhalte entsprechend aufbereitet in weitere Kanäle **ausgespielt** (z.B. soziale Netzwerke)



Warum ist eine gute Website wichtig?

Konversionstrichter



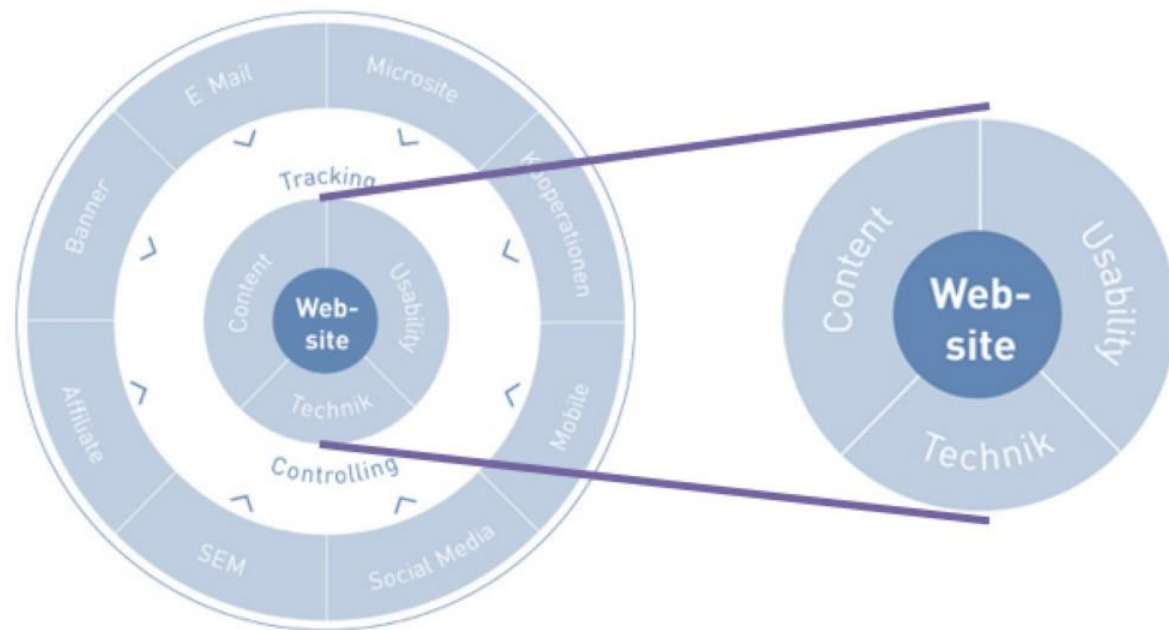
Die Konversionsrate als Ganzes ist abhängig von den einzelnen Mikro-Konversionsraten.

- ➔ **Was suchen** die Kunden auf Ihrer Website?
- ➔ **Wie viele** Kunden **springen** in den einzelnen Schritten **ab**?
- ➔ **Auf welcher Seite brechen** die Kunden den Kauf **ab**?

Je leichter und einfacher der Kunde auf Ihrer Seite findet, was er sucht, desto besser für Sie!

Welche Dimensionen gilt es zu beachten?

Drei Kernbereiche: **Content + Technik + Usability**



Content = Bilder und Texte

Technik = Software und Hardware

Usability = Benutzerfreundlichkeit



02

Content

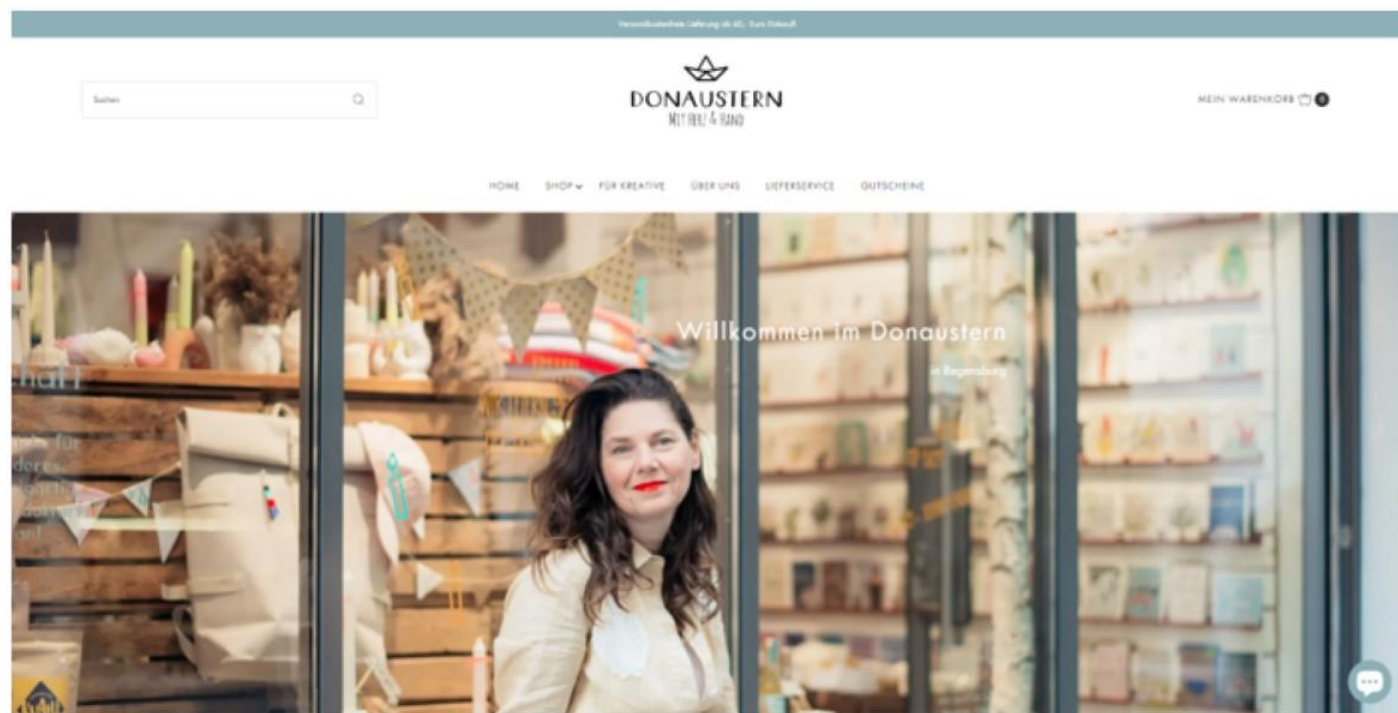
Welche Alleinstellungsmerkmale zeichnen Sie und Ihr Unternehmen aus?

- **Wer** sind Sie und **wofür** stehen Sie?
- **Was** macht Ihr Unternehmen besonders?
- **Welche** Produkte/Dienstleistungen bieten Sie?
- **Worin** unterscheiden Sie sich von der Konkurrenz?
- **Warum** sollte ein Kunde zu Ihnen kommen und nicht zu einem vergleichbaren Unternehmen gehen?

Wie schauen Ihre **typischen Kunden/Zielgruppen** aus? Was könnten diese von Ihrer Website erwarten?

- **Wie alt** sind ihre Kunden?
- **Welches Geschlecht** haben ihre Kunden?
- **Welche Mediennutzung** liegt vor – wie muss also die Website gestaltet sein?
- **Wie „leben“** Ihre Kunden?
- **Was suchen** Ihre Kunden auf Ihrer Website?

Content: Positivbeispiel „Donaustern“





Komm gerne rein in meinen Donaustern!

Meinen Laden habe ich 2017 als klassisches Einzelhandelsgeschäft gegründet.

Am liebsten begrüße ich meine Kunden natürlich live im Laden, auf einen Ratsch. Aber Regensburg liegt halt nicht bei jedem um's Eck.

Die Pandemie hat mir den "Schubser" gegeben diesen Onlineshop zu starten.

Mittlerweile ist er bis über die bayerischen Grenzen hinaus bekannt und beliebt. Bis Hamburg und Berlin schicken wir regelmäßig Pakete auf ihren Weg.

Also schau doch auch mal rein...as ist bestimmt auch was besonderes für dich dabei.

Über einen persönlichen Besuch im Laden freuen wir uns natürlich immer :-)

Marion & das Donaustern Team



Content: Positivbeispiel „Donaustern“



The screenshot shows the LINGsCARS.com website. At the top, there is a navigation bar with the site name and a UK flag. Below this, there is a section for 'Ling's INFO and personal details...' featuring a photo of a man in a grey sweater. To the right of the photo, the text reads: 'Hello! I am Ling! I'm the UK's hardest working car leasing provider, and I run LINGsCARS, the UK's favourite car leasing website. Don't be deceived... I may be a scruffy Chinese girl, but I have more happy new-car customers and supply more new cars than many of the anonymous (and some big-name!) leasing companies out there, combined.' Below this text, a small caption reads: 'Yeh, this scruffy mental oriental sold £85,000,000 of...'. On the left side of the page, there is a vertical menu with options like 'Home', 'Cars / Vans', 'Customers', 'About Ling', 'Fun stuff', and 'Shop'. At the bottom left, there is a 'CARS A-Z' section with a green arrow pointing down and a logo for 'ALFA ROMEO'.

LINGsCARS.com
Know more about car leasing expert, Ling Valentine
See our 287 reviews on Trustpilot

LINGsCARS > About Ling

Ling's **INFO** and personal details...

Menu

- Home
- Cars / Vans
- Customers
- About Ling**
- Fun stuff
- Shop

CARS A-Z

ALFA ROMEO
Tonne

Yeh, this scruffy mental oriental sold £85,000,000 of...

Full warranty

HELLO!
I am Ling!

I'm the UK's hardest working car leasing provider, and I run **LINGsCARS**, the UK's favourite car leasing website.

Don't be deceived... I may be a scruffy Chinese girl, but I have more happy new-car customers and supply more new cars than many of the anonymous (and some big-name!) leasing companies out there, combined.

LINGsCARS.com

Live!!
CLICK to VIEW!

Online Service Response Times
Quote > Proposal > Order > Delivery

77 CLIENTS IN 'PROPOSAL'
—LING REPLIES IN: **0:42**

84 CLIENTS IN 'ORDER'
—LING REPLIES IN: **0:07:55**

Schlechter Content wirkt sich negativ auf Suchergebnisse aus!

The screenshot shows a Google search interface with a search bar containing a redacted URL. Below the search bar are navigation tabs for 'Alle', 'Bilder', 'News', 'Shopping', 'Maps', 'Mehr', and 'Suchoptionen'. The search results show 3 results in 0.24 seconds. The first result is a 'Google-Anzeige' (Google Ad) titled 'In Google Search Console überprüfen' with a URL 'www.google.com/webmasters/'. The second result is a snippet from a website describing a restaurant and a falconry, with a title 'Zimmer 18'. The third result is another snippet from the same website about a falconry, with a title 'Falkenhof'.

Google führt in seinem Index zu dieser Domain nur 3 Unterseiten!



Kopieren Sie keinesfalls Content von fremden Quellen, an dem Sie keine Rechte/Lizenzen haben!

The screenshot shows the top navigation bar of the WEIN-DEKO website with a search bar and menu items like HOME, WEINRECAL, ANBAUREGIONEN, WEINGÜTER, USALEN, and THEMEN. Below the navigation is the article title 'WAS BRINGT DAS SCHWENKEN DES WEINS IM GLAS?' by Curtj, Stefanie, dated 26.09.22. The article text discusses the science of wine swirling, mentioning oxygenation and the removal of volatile compounds. A central image shows a wine glass with red wine being swirled.

The screenshot shows Google image search results for the same article title. It lists three image sources: Pixabay.com (Weinglas Wein Glas - Kostenlos Foto auf Pixabay - Pixabay), suedafrika-weinversand.de (Was bringt das Schwenken des Weins im Glas? | Südafrika Weinversand), and wein-deko.de (Was bringt das Schwenken des Weins im Glas? | Wein-DeKo). Each result includes a small thumbnail image of a wine glass.

- Mit Google kann man **nach Text und Bild (Inhalt!) suchen!**
- Daher: Bilder entweder **selbst produzieren** oder **kaufen**. Texte sind ebenfalls **urheberrechtlich geschützt**, und müssen demnach selbst geschrieben werden!



03

Technik

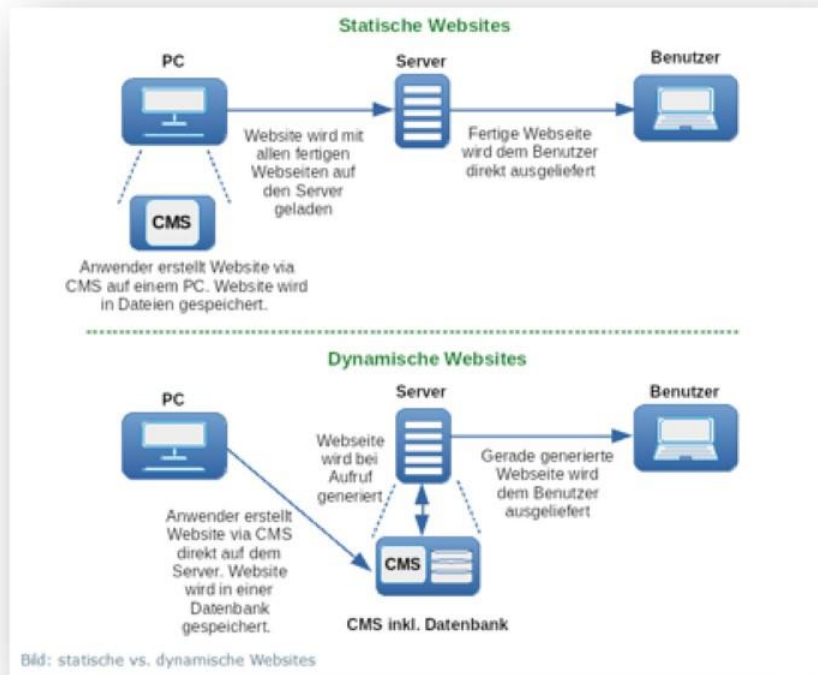
Arten von Content

▪ Statische Webseite

- Manuelle Pflege der Inhalte
- Keine zentrale Änderung der Navigation, Fußzeile, etc.
- Anwendung: bei weniger als 10 Unterseiten und wenn Inhalte sich nicht oft verändern

▪ Dynamische Webseite

- Unterseite wird erst zum Zeitpunkt des Aufrufs gerendert
- Einfache und zentrale Administration von Content
- Integration verschiedener IT-Systeme



Vorteile statischer Websites:

- Daten werden schneller geliefert
- Es wird weniger Leistung auf dem Server benötigt
- Website ist sicherer, da weniger Schnittstellen existieren
- Kommt meist ohne Datenbank im Hintergrund aus

Vorteile dynamischer Websites:

- Trennung von Technik und Inhalten die gepflegt werden können (z. B. WordPress)
- Pflege der Website durch mehrere Personen ist zeitgleich möglich
- Inhalte werden erst bei Aufruf der Website „gezogen“ und sind somit immer aktuell

Checkliste

- Programmiersprache:** HTML5 und CSS3, PHP, Javascript
- Es ist wichtig zu wissen, welche **Technik** auf welchem **System funktioniert**
- Benötigt man ein **Content Management System** oder nicht?
- Kein **Flash** und keine **Frames**, da diese veraltet sind
- Tempo und Performance: **Ladezeiten** der Webseiten muss **schnell** sein!
- Bilder** und **Formate** sind als .jpg und .png für den Benutzer am **unkompliziertesten**
- Mobile-freundlich**
- Suchmaschinen-optimiert** (SEO)
- Fehlerfreiheit** des Programm Codes
- Navigation** und **Links** funktionieren



04

Usability

Usability = Gebrauchstauglichkeit/Nutzungsfähigkeit

- Usability bezeichnet das Ausmaß, in dem ein **Produkt, System oder Dienst durch bestimmte Benutzer** in einem bestimmten Anwendungskontext **genutzt werden** kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen.
- Folgende **Bestandteile** spielen dabei eine wichtige Rolle:
 - Übersichtlichkeit im Design
 - Benutzerfreundlichkeit
 - Erfüllung der Nutzerbedürfnisse
 - Problemlose Bedienbarkeit der Seite

Gute Usability wird in der Regel **gar nicht explizit wahrgenommen, schlechte** hingegen **sehr wohl!**

Wichtig ist Usability bei allen Produkten mit einer **Schnittstelle zwischen Mensch und Technik bzw. Mensch und Maschine:**



„Wenn ich sichergehen will, dass meine Website oder App einfach zu benutzen ist, was muss ich dann als Wichtigstes beachten?“

- Die Antwort lautet **nicht**: „Alles Wichtige darf nicht mehr als zwei Klicks entfernt sein!“
„Sprich die Sprache der User!“
„Sei konsistent!“
- Sie lautet.....: „**Don't make me think!**“
- Jede Seite sollte so offensichtlich sein, dass der Benutzer schon beim ersten Ansehen weiß, worum es geht und wie man sie nutzt.
- Mit anderen Worten: Er „kapiert“ es, ohne darüber nachzudenken.

Warum?

- Besucher lesen nicht (richtig), sondern scannen die Seite eher.
- Besucher verbringen wenig(er) Zeit auf der Seite.
- Besucher finden benötigte Informationen nicht.
- Frustrierte Benutzer besuchen die Seiten der Konkurrenz.

Usability: Positivbeispiel „Ella und Paul“

Fragen? 02372 / 9139050

✓ Sicheres Spielzeug
✓ Unbedenkliche Materialien
✓ Pädagogisch wertvoll

MEINE BESTELLUNG
0 Kuscheltiere 0,50 €
[Zum Warenkorb](#)

Ella & Paul
Stoffbemanufaktur

[Galerie](#) | [Gutscheine](#) | [Kontakt](#) | [Jetzt Bestellen](#) | [Über uns](#) | [Gewinnspiel](#)

→ [Jetzt Bestellen](#)

Wir fertigen Ihr individuelles Kuscheltier nach einer Kinderzeichnung! Kinderleicht:

1. Zeichnen
2. Hochladen Freuen
- 3.

The screenshot shows the homepage of the website 'Ella & Paul Stoffhermanufaktur'. At the top left, there is a contact number 'Fragen? 02372 / 9139050'. To the right are several icons and text: 'Sicheres Spielzeug', 'Umweltfreundliche Materialien', and 'Pädagogisch wertvoll'. Further right is a 'MEINE BESTELLUNG' box showing '0 Kuscheltiere 0,50 €' and a 'Zum Warenkorb' button. The main navigation bar includes 'Galerie', 'Gutscheine', 'Kontakt', 'Jetzt Bestellen', 'Über uns', and 'Gewinnspiel'. The logo 'Ella & Paul Stoffhermanufaktur' is prominently displayed. The central visual is a large image of a pink and blue plush toy with a child's drawing of a girl's face on its head. To the left is a smaller image of the original drawing, and to the right is a photo of a child holding the finished toy. Below this is a '→ Jetzt Bestellen' button. At the bottom, a three-step process is outlined: '1. Zeichnen' (with a pencil icon), '2. Hochladen' (with a laptop icon), and '3. Freuen' (with a heart icon). A text block on the bottom left reads: 'Wir fertigen Ihr individuelles Kuscheltier nach einer Kinderzeichnung! Kinderleicht:'.

- Der User erfährt die **wichtigsten Dinge** bereits „über dem Bruch“, also **ohne** dass er **nach unten scrolle**n muss.
- Unter dem Website-Namen Ella & Paul steht die wichtige Ergänzung „**Stofftiermanufaktur**“
- Überzeugende **Bilder** statt langer Texte; insgesamt kommt die Seite mit **wenig Text** aus
- Einfache übersichtliche **Navigation** und **Seitenstruktur**

The screenshot shows the homepage of Ella & Paul, a textile manufacturer. The header includes a phone number (02372 / 9139050), trust symbols (e, i, f), and a shopping cart icon. The main content features a child's drawing of a girl, a photo of the child holding the finished plush toy, and a 'Jetzt Bestellen' button. A process diagram at the bottom shows three steps: 1. Zeichnen (Drawing), 2. Hochladen (Uploading), and 3. Freuen (Enjoying).

Fragen? 02372 / 9139050

Sicheres Spielzeug
Umweltfreundliche Materialien
Pädagogisch wertvoll

MEINE BESTELLUNG
0 Kuscheltiere 0,00 €
Zum Warenkorb

Ella & Paul
Stoffhermanufaktur

Galerie Gutscheine Kontakt Jetzt Bestellen Über uns Gewinnspiel

Wir fertigen Ihr individuelles Kuscheltier nach einer Kinderzeichnung! Kinderleicht:

1. Zeichnen 2. Hochladen 3. Freuen

- Wie es **funktioniert** wird ebenfalls **auf den ersten Blick** erklärt:
Zeichnen → Hochladen → Freuen
- **Telefonnummer gut sichtbar** im Header angezeigt; **Kontaktseite** ist **mit einem Klick** zu erreichen.
→ suggeriert Offenheit und Interesse am Kunden
- **Trustsymbole** ebenfalls im Header; schafft Vertrauen!

Fragen? 02372 / 9139050

Sicheres Spielzeug
Umweltfreundliche Materialien
Pädagogisch wertvoll

MEINE BESTELLUNG
0 Kuscheltiere 0,50 €
Zum Warenkorb

Ella & Paul
Stoffbemanufaktur

Galerie | Gutscheine | Kontakt | Jetzt Bestellen | Über uns | Gewinnspiel

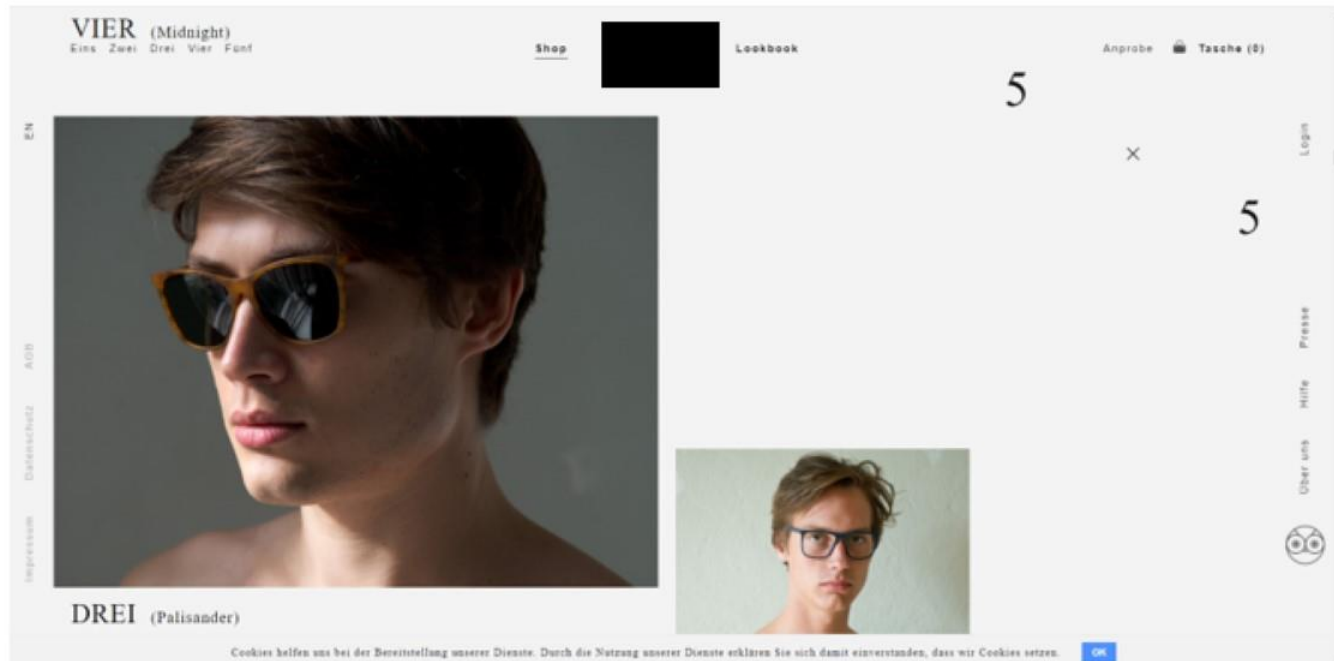
Wir fertigen Ihr individuelles Kuscheltier nach einer Kinderzeichnung! Kinderleicht:

1. Zeichnen
2. Hochladen
3. Freuen

→ Jetzt Bestellen

- Authentizität und Transparenz dank **Referenzen** und einem **Erklärfilm**
- Beim Nach-unten-Scrollen finden die User **Beispiele** für gelungene Stofftier-Umsetzungen; die Abbildungen und Kundenzitate sorgen für Authentizität.
- Ein kurzer Text sowie ein Video erklären anschaulich und unkompliziert, **wofür** Ella und Paul **steht**; den potentiellen Kunden wird auch ein Blick hinter die Kulissen erlaubt.

Usability: Negativbeispiel



Usability: In allen Sprachen

Booking

Booking.com 预订

阿拉伯联合酋长国, 我来啦

输入日期开始搜索, 1547家精彩住宿等你来!

搜索

仅搜索阿拉伯联合酋长国的住宿

如: 城市、地区、区或特定酒店名称

入住日期 退房日期

出行类别: 出差 自由行

客房 1 成人 2 儿童 0

显示价格

阿拉伯联合酋长国, 我来啦

输入日期开始搜索, 1547家精彩住宿等你来!

搜索

仅搜索阿拉伯联合酋长国的住宿

如: 城市、地区、区或特定酒店名称

入住日期 退房日期

出行类别: 出差 自由行

客房 1 成人 2 儿童 0

显示价格

Usability: In allen Sprachen



Priceline

STAR, STRIPES, & SAVINGS \$20 Off Select Hotel & Rental Car Deals. Use code: FIREWORKS20 Details

priceline® Hotels Cars Flights Bundle + Save Cruises Experiences Join VIP Sign in Find My Trip Help

Save big on your next hotel

Hotels Flights Bundle + Save Cars Cruises

Where to?

Check-in - Check-out
07/03/2023 - 07/04/2023

2 Adults, 1 Room

Bundle + Save Add a car Add a flight [Find Your Hotel](#)

Book a hotel with free cancellation for flexibility

Book all of your hotels at once and save up to \$625

Checkliste

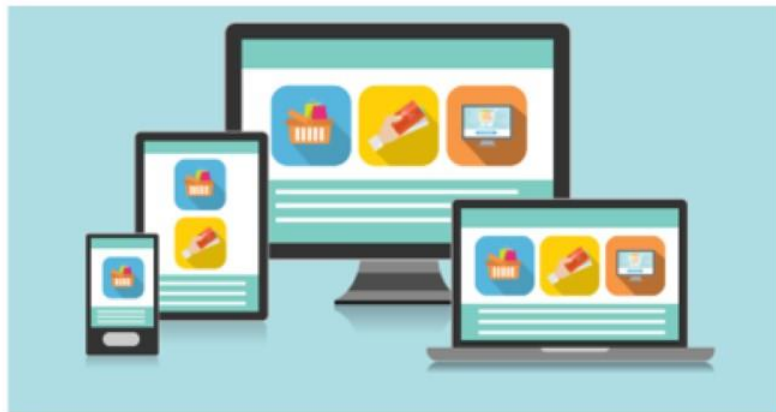
- Ihre Website muss **schnell laden** (< 3 Sekunden); alle gängigen **Browsertypen**
- Den Zweck und Inhalt der Website und die wichtigsten Funktionen muss der User **innerhalb von 5 Sekunden verstehen** können
- Das **Website-Logo** ist auf allen Seiten prominent platziert (im Header, meist rechts) und verlinkt von den Unterseiten immer zurück auf die Startseite
- Informationen zum Unternehmen** („Über uns“), **Kontaktseite** und **Link zur Startseite** sind einfach zu finden (im oberen Bereich oder im Footer)
- Websites mit vielen Inhalten und Unterseiten benötigen eine **Suchfunktion**, die gut sichtbar im Header auf (fast) allen Seiten platziert werden sollte (Suchfeld mit Direkteingabe)
- Für Anmeldungen (Login, Newsletter etc.) und andere Formularfunktionen **nur notwendige Informationen** vom User verlangen
- Die URLs, Title Tags, Meta Descriptions und Überschriften (H1- und H2-Tags) müssen „sprechen“ und „lesbar“ sein (insbesondere für Google)

Checkliste

- Die Texte auf jeder Seite müssen **einfach zu lesen** sein (Größe, Schriftart und Kontrast)
- Alle **Webseiten** müssen **übersichtlich strukturiert** und die wichtigsten **Informationen einfach zu finden und leicht zu verstehen** sein
- Design, Layout und Struktur** der Seiten sind **professionell** und **konsistent**
- Fotos und Grafiken** sollten zum Thema der jeweiligen Webseite **passen**; keine „verpixelten“ oder unprofessionelle Bilder
- Die **Seitennavigation** ist auf jeder Seite im Header **deutlich sichtbar** und nicht überladen; die **Hauptnavigation** erfolgt mit **prägnanten und aussagekräftige Begriffen**
- Der wichtigste Bereich einer jeden Website ist der **obere Bereich** (sichtbare Bereich), den man ohne Scrollen sehen kann; hier müssen immer die **wichtigsten Informationen** enthalten sein
- Benennen** Sie **Links** und **Buttons** eindeutig (z. B. „Jetzt downloaden“ anstelle von „Weiter“)
- Belästigen** Sie Ihre Besucher **nicht** mit Videos, Pop-Ups und Werbung; zudem bedingt das oft längere Ladezeiten
- Das **Seitenlayout** sollte sich der Größe des Browserfensters anpassen und **responsiv**, also auch auf verschiedenen mobilen Endgeräten lesbar sein

Usability: Denken Sie auch an mobile Endgeräte!

Responsive Webdesign ist ein Muss! Mobile First/Mobile Only!



Beim **responsive Webdesign** handelt es sich um ein gestalterisches und technisches Paradigma zur Erstellung von Websites, so dass diese auf Eigenschaften des jeweils benutzten Endgeräts, vor allem Smartphones und Tablets, reagieren können.








Fragen?



- 11.07.2023 | 08:30 Uhr | Kundenkommunikation im Multikanalvertrieb erfolgreich gestalten
- 12.07.2023 | 08:30 Uhr | E-Commerce im Mittelstand – Erfolgsfaktoren digitaler Champions
- 13.07.2023 | 08:30 Uhr | Die Kunden verstehen – Wie ticken Verbraucher in Bayern?
- 26.07.2023 | 08:30 Uhr | Online bezahlen – Wie komme ich an mein Geld?
- 27.07.2023 | 08:30 Uhr | Digital Recruiting – Mitarbeiter finden und binden
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/>



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25
93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: info@ibi.de