

WEBSITE EINFACH ERKLÄRT

Ein klarer Leitfaden für
Struktur, Inhalte & SEO



von Jacqueline | socXnet



*„Eine Website muss nicht
perfekt sein – sie muss
verständlich sein.“*

Eine **Website** wirkt auf viele erst einmal wie ein großes, technisches Projekt. Begriffe wie SEO, Keywords, Header, Hosting oder Struktur schrecken ab – und genau deshalb schieben viele ihre Website monatelang vor sich her. In Wahrheit braucht eine gute Website aber vor allem zwei Dinge: Klarheit und einen sinnvollen Aufbau.

Mein Name ist Jacqueline, die meisten nennen mich Jacky. Ich unterstütze Selbstständige, kleine Unternehmen und Herzensprojekte dabei, online sichtbar zu werden – ohne komplizierte Theorie und ohne unnötige Technik. Eine Website muss nicht perfekt sein, sie muss verständlich sein. Sie soll zeigen, **wer du bist, was du machst und warum man dich kontaktieren sollte**. Mehr braucht es am Anfang nicht. In diesem Leitfaden zeige ich dir Schritt für Schritt, worauf es bei einer Website wirklich ankommt:

Struktur, Inhalte, Verständlichkeit und eine Grundidee von SEO. Alles in klarer Sprache und so erklärt, dass du es sofort anwenden kannst – egal ob du deine Website selbst baust oder mit einem Baukasten arbeitest.

Eine gute Website entsteht nicht durch Zufall. Sie entsteht durch einfache Entscheidungen, klare Inhalte und einen Aufbau, der zu dir passt.

Inhaltsverzeichnis

1. Was eine gute Website ausmacht

Was eine Website wirklich leisten muss – klare Botschaft, Struktur, Orientierung und verständliche Inhalte.

👉 Seite 4

2. Die Startseite – das wichtigste Element

Warum die ersten Sekunden entscheidend sind und wie du eine Startseite aufbaust, die sofort verständlich ist.

👉 Seite 5–7

3. Unterseiten – was du wirklich brauchst

Über mich, Leistungen, Kontakt und sinnvolle Zusatzseiten – klar, übersichtlich und ohne unnötige Menüpunkte.

👉 Seite 8–9

4. SEO & Keywords – einfach erklärt

Wie dich Menschen finden: verständliche Keywords, regionale SEO und klare Strukturen statt Technikchaos.

👉 Seite 10–12

5. Design – worauf man achten sollte

Farben, Schriften, Abstände, Bilder und Wiedererkennung – Design als Orientierung, nicht als Deko.

👉 Seite 13–14

6. Website-Baukästen im Vergleich

IONOS und Wix verständlich erklärt: Vorteile, Nachteile, Preise und welche Plattform für welchen Zweck passt.

👉 Seite 15–18

7. Typische Fehler – und wie du sie vermeidest

Die häufigsten Stolperfallen und wie du sie mit klarer Struktur, verständlichen Texten und guter mobiler Ansicht vermeidest.

👉 Seite 19–21

Inhaltsverzeichnis

8. Rechtliche Pflichtseiten

Impressum und Datenschutzerklärung verständlich erklärt – ohne diese Seiten darf keine Website online gehen.

👉 Seite 22–23

9. Mini-Checkliste vor dem Onlinegang

Der letzte Überblick: Struktur, Inhalte, Technik, Rechtliches – alles, was vor der Veröffentlichung geprüft werden muss.

👉 Seite 24–25

10. Schlusswort

Warum Klarheit wichtiger ist als Perfektion – und warum deine Website wachsen darf.

👉 Seite 26

1. Was eine gute Website ausmacht

Viele denken bei einer Website zuerst an Farben, Schriften oder technische Einstellungen. In der Praxis entscheidet etwas ganz anderes: Struktur und Verständlichkeit. Menschen bleiben nur auf einer Seite, wenn sie sofort verstehen, worum es geht – und ob sie hier richtig sind. Design hilft dabei, aber Struktur ist die Grundlage.

Eine gute Website erfüllt immer drei Aufgaben:

Sie erklärt, sie führt, sie macht Kontakt leicht. Nicht mehr und nicht weniger.

Damit das funktioniert, braucht eine Website vier Elemente:

1.1 Klare Botschaft

- Besucher müssen in wenigen Sekunden erkennen:
- Wer bist du?
- Was machst du?
- Für wen?
- Was soll der nächste Schritt sein?

Wenn das fehlt, springen Nutzer ab – egal wie schön die Seite aussieht

1.2 Übersichtliche Struktur

Eine Website ist kein Prospekt. Sie braucht kurze Wege und klare Orientierung:

- wenige Menüpunkte
- logische Reihenfolge
- klare Überschriften
- saubere Absätze

Je einfacher der Aufbau, desto besser funktioniert die Seite – vor allem mobil.

1.3 Verständliche Inhalte

Texte müssen klar sein, ohne Fachbegriffe.

Menschen wollen auf einer Seite keine Romane lesen, sondern schnell erfahren:

- Was bekomme ich hier?
- Passt das zu mir?
- Wie erreiche ich dich?

Gute Websites sprechen verständlich, nicht „werblich“.

1. Was eine gute Website ausmacht

1.4 Mobile Optimierung

Mehr als die Hälfte aller Besucher kommt über das Smartphone.

Wenn die Seite dort schlecht lesbar ist, lange lädt oder man scrollen muss wie verrückt, verliert man Nutzer direkt.

Mobile Ansicht ist heute wichtiger als Desktop.

1.5 Ladezeiten & Technik im Hintergrund

Auch wenn du keinen Technikfokus hast: Ladezeiten entscheiden darüber, ob jemand bleibt. Große Bilder, Videos oder unnötige Elemente machen Seiten langsam. Baukasten-Systeme nehmen dir viel Arbeit ab, aber du kannst selbst helfen: Bilder komprimieren, klare Strukturen nutzen, keine überfüllten Seiten erstellen.

1.6 Vertrauen & Glaubwürdigkeit

Menschen entscheiden nicht nur nach Optik – sie entscheiden nach Gefühl. Eine Website wirkt glaubwürdig, wenn sie ehrlich und greifbar ist: echte Formulierungen, klare Fotos, nachvollziehbare Informationen. Es braucht keine großen Worte. Es braucht Klarheit. Je natürlicher deine Seite ist, desto eher vertrauen dir Besucher.

1.7 Orientierung & Benutzerführung

Eine gute Website lenkt Besucher ohne Druck, aber mit klarer Richtung. Menüs dürfen nicht verwirren, Buttons müssen logisch platziert sein, und jede Seite sollte einen nächsten Schritt anbieten: Kontakt, Anfrage, Leistung ansehen. Menschen mögen es, wenn sie geführt werden – nicht, wenn sie suchen müssen.

2. Die Startseite – das wichtigste Element

Die Startseite entscheidet in wenigen Sekunden, ob Besucher bleiben oder gehen. Sie ist wie ein digitaler Empfangsbereich: klar, freundlich und übersichtlich. Menschen müssen sofort verstehen, worum es geht – ohne scrollen zu müssen und ohne lange Texte.

Eine gute Startseite erfüllt drei Aufgaben:

Sie erklärt wer du bist, was du machst, und was der nächste Schritt ist.

2.1 Die ersten Sekunden – was sofort klar sein muss

- Besucher sehen zuerst den oberen Bereich deiner Website. Dort braucht es:
- eine klare Überschrift
- eine kurze Erklärung (1–2 Sätze)
- einen sichtbaren Button (z. B. Kontakt oder Angebot ansehen)

Mehr braucht es nicht. Alles andere folgt weiter unten.

2.2 Ein klarer Satz statt langer Erklärungen

Menschen entscheiden schnell. Ein Satz wie:

„Ich unterstütze kleine Unternehmen bei Social Media, Websites und Sichtbarkeit.“

wirkt stärker als ein Absatz voller Fachbegriffe.

Deine Startseite lebt von Klarheit, nicht von Fülle.

2.3 Was unbedingt auf die Startseite gehört

Eine Startseite braucht keine 30 Elemente. Es reicht:

- Was bietest du an?
- Für wen ist es gedacht?
- Warum bist du dafür die richtige Ansprechperson?
- Wie erreicht man dich?

Je direkter, desto wirkungsvoller.

2. Die Startseite – das wichtigste Element

2.4 Aufbau in sinnvollen Abschnitten

Eine einfache Struktur reicht für fast jede Seite:

- Intro: Wer du bist, was du machst
- Leistungen: kurz angerissen
- Über dich / Über das Unternehmen: nahbar, verständlich
- Vorteile oder Gründe, mit dir zu arbeiten
- Kontakt-Bereich: leicht auffindbar, klar formuliert

Diese Reihenfolge bleibt für den Leser logisch und einfach zu erfassen.

2.5 Weniger Design, mehr Klarheit

Eine Startseite wirkt nicht durch Effekte oder Animationen, sondern durch Luft, Abstände und deutliche Überschriften.

Einfacher, ruhiger Aufbau → bessere Orientierung.

Komplexe Designs lenken ab und verwirren.

2.6 Handlungsaufforderung – aber ohne Druck

Ein CTA („Call to Action“) sollte sichtbar sein, aber nicht nach Werbung aussehen.

Beispiele:

- „Kontakt aufnehmen“
- „Leistungen ansehen“
- „Angebot anfragen“

Wichtig ist nur, dass Besucher wissen, was sie als Nächstes tun können.

3. Unterseiten – was du wirklich brauchst

Viele Websites haben zu viele Unterseiten: endlose Menüs, versteckte Infos, doppelte Inhalte. Das wirkt unübersichtlich und macht die Website schwerer, nicht besser. In der Praxis reichen wenige, klar aufgebaute Seiten – verständlich, logisch und leicht zu pflegen.

Unterseiten müssen nicht beeindrucken. Sie müssen führen, erklären und Sicherheit geben.

3.1 Über mich / Über uns – nahbar, klar, ehrlich

Diese Seite gehört zu den meistbesuchten überhaupt. Menschen wollen wissen, wer hinter einem Angebot steht.

Wichtig sind:

- ein Foto, das Nähe schafft
- ein kurzer Text, verständlich und ohne Floskeln
- was dich ausmacht
- warum du machst, was du machst
- deine Haltung oder Arbeitsweise

Es geht nicht um perfekte Formulierungen. Es geht um Klarheit und Vertrauen.

3.2 Leistungen – kurz, klar, ohne Fachsprache

Die Leistungsseite muss beantworten:

- Was bietest du an?
- Für wen?
- Wie läuft die Zusammenarbeit ab?

Simpel reicht:

- 3–6 klare Leistungsbereiche
- kurze Sätze statt lange Beschreibungen
- Beispiele oder kleine Bulletpoints
- am Ende ein Kontakt-Button

Eine gute Leistungsseite verkauft nicht, sie erklärt.

3. Unterseiten – was du wirklich brauchst

3.3 Kontakt – der wichtigste Abschluss

Kontakt darf nie versteckt sein. Eine gute Kontaktseite braucht:

- ein schnelles Kontaktformular
- E-Mail-Adresse
- Telefonnummer
- Öffnungszeiten (falls relevant)
- Standort oder Region
- klarer Satz: „Ich melde mich so schnell wie möglich.“

Mehr braucht es nicht.

3.4 Optionale Unterseiten – nur wenn sie sinnvoll sind

Referenzen / Projekte

Gut, wenn du etwas zeigst, das Vertrauen schafft.

Wichtig: nachvollziehbare Beispiele statt Marketing-Sätze.

Team

Nur sinnvoll, wenn mehrere Personen involviert sind. Klare Fotos, kurze Rollenbeschreibung.

Galerie / Bilder

Nur wenn Bilder dein Angebot wirklich unterstützen (z. B. Handwerk, Fotografie, Produkte).

FAQ

Hilft, wenn du viele wiederkehrende Fragen bekommst.

3.5 Was du weglassen kannst

- Seiten, die nur 1–2 Sätze enthalten doppelte Inhalte
- „Mission, Vision, Werte“ – wenn es nur nach Floskeln klingt
- überfüllte Menüs
- technische Seiten, die niemand braucht

Weniger Seiten = bessere Orientierung.

4. SEO & Keywords – einfach erklärt

SEO klingt nach Technik, Algorithmus und endlosen Regeln. In der Praxis bedeutet es etwas viel Einfacheres: Menschen müssen deine Website finden – und verstehen. Genau darum geht es. Suchmaschinen bewerten vor allem Struktur, Klarheit und logische Inhalte. Wenn deine Website verständlich ist, wird sie automatisch sichtbarer.

4.1 Was SEO wirklich bedeutet

SEO heißt: Deine Website so aufbauen, dass Google sie einordnen kann.

Nicht perfekt, nicht technisch – logisch.

Drei Dinge reichen am Anfang völlig:

- klare Überschriften
- verständliche Texte
- passende Begriffe (Keywords)

Mehr SEO braucht man für kleine Unternehmen zu Beginn nicht.

4.2 Keywords – einfach und ohne Tools

Keywords sind Worte, die Menschen bei Google eingeben, um etwas zu finden.

Beispiele:

- „Förderband Ersatzteile Grabow“
- „Social Media Betreuung Prignitz“
- „Kosmetikstudio Ludwigslust“
- „Hundetraining Parchim“

Ein Keyword ist nichts anderes als eine Suchanfrage in normaler Sprache.

Wichtig:

- Schreibe Keywords so, wie Menschen reden.
- Nicht gestapelt, nicht gequetscht, nicht wiederholt wie im alten SEO.
- Natürlich einbauen – nicht gezwungen.

4. SEO & Keywords – einfach erklärt

4.3 Wie du Keywords sinnvoll einsetzt

Google „liest“ Websites von oben nach unten. Setze Keywords dort, wo sie Sinn ergeben:

- H1 – die Hauptüberschrift
(z. B. „Social Media Betreuung für kleine Unternehmen“)
- H2 – Unterüberschriften
(z. B. „Leistungen für die Region Ludwigslust / Prignitz“)
- Fließtext
(1–2 Erwähnungen reichen)
- Bilder – Alt-Texte
(z. B. „Förderband Edelstahl – WZ Fördertechnik“)

Es geht nicht um Häufigkeit, sondern um Klarheit.

4.4 Regionale SEO – der einfachste Weg nach oben

Für kleine Unternehmen ist regionale Sichtbarkeit am wichtigsten. Google liebt klare Orte.

Nutze:

- Städtenamen
- Regionen
- Landkreise
- Umkreise („25 km rund um Grabow“)

Beispiele:

„Fördertechnik in Grabow – robuste Lösungen seit 1970“

„Social Media Beratung in der Prignitz – persönlich & verständlich“

Das reicht oft schon, um regional weit oben zu stehen.

4. SEO & Keywords – einfach erklärt

4.5 SEO beginnt bei der Struktur – nicht bei Tools

Die beste SEO entsteht durch:

- klare Seiten
- ein Thema pro Seite
- logischen Seitenaufbau
- kurze Wege im Menü
- verständliche Inhalte
-

Wenn die Struktur stimmt, versteht Google alles leichter – und stuft die Seite höher ein.

4.6 Was du für gute SEO nicht brauchst

Viele denken, SEO braucht:

- teure Tools
- riesige Texte
- technische Expert:innen
- Keywords im Übermaß
-

Das stimmt nicht. Für kleine Unternehmen reicht: klar schreiben, logisch aufbauen, regional denken.

4.7 Ladezeiten – ein unterschätzter Faktor

Google bewertet schnelle Seiten besser.

Wichtig:

- Bilder komprimieren
- keine unnötigen Effekte
- keine überladene Startseite

Baukasten-Systeme wie IONOS oder Wix nehmen dir 80 % der Arbeit ab – der Rest ist Ordnung.

5 . Werbeanzeigen Basics

Design ist nicht dafür da, eine Website „schön“ zu machen.

Design sorgt dafür, dass Menschen sich zurechtfinden. Es schafft Übersicht, Ordnung und Lesbarkeit. Eine gute Website wirkt ruhig, nicht überladen. Sie lässt Luft und führt den Blick.

5.1 Farben – weniger wirkt stärker

Viele Websites scheitern, weil sie zu viele Farben benutzen.

Besser ist:

- 1 Hauptfarbe
- 1 Akzentfarbe
- Schwarz / Weiß / Grau für Struktur

Konstante Farben erzeugen Wiedererkennung.

Zu viele Farbtöne wirken chaotisch.

5.2 Schriftarten – maximal zwei

Eine Schrift für Überschriften, eine für Texte. Mehr braucht es nicht.

Zu viele Schriftarten lassen Websites unruhig erscheinen.

Wichtig ist Lesbarkeit – keine Experimente.

5.3 Abstände – das unsichtbare Design

Whitespace (leere Fläche) ist kein Platzverschwendung, sondern Orientierung.

Abstand schafft Ruhe, führt den Blick und macht Inhalte leichter erfassbar.

Ein typisches Fehlerbild:

Alles zu eng, alles aufeinander, keine Luft.

Eine gute Website atmet.

5.4 Icons & kleine Elemente

Icons vereinfachen Inhalte, solange sie sparsam eingesetzt werden.

Sie sind Orientierungshilfen – keine Deko.

Wichtig: gleiche Linie / gleiche Form / gleiche Stärke.

5 . Werbeanzeigen Basics

5.5 Bilder – realistisch und klar

Bilder müssen nicht „perfekt“ sein, aber sie müssen passen.

Wichtig sind:

- echte Situationen
- klare Motive
- saubere Qualität
- kein Unschärfe-Chaos
- keine übertriebenen Filter

Bilder erklären oft schneller als Texte.

5.6 Struktur schlägt Effekte

Animationen, Slideshows, Hover-Effekte – alles nett, aber selten nötig.

Wichtiger ist:

- klare Überschriften
- kurze Absätze
- logische Reihenfolge
- sichtbare CTAs

Besucher wollen Informationen, keine Effekte.

5.7 Wiedererkennung – das eigene Branding

Eine Website wirkt professionell, wenn sie konsistent ist.

Einheitlich:

- Farben
- Schriften
- Bildstil
- Elemente
- Tonalität
- Logo / Icons / Layout

Wiedererkennung ist der Schlüssel zu Vertrauen.

6. Website-Baukästen – Vorteile & Nachteile

Baukasten-Systeme nehmen dir technische Arbeit ab. Du brauchst kein Programmieren, kein Hosting-Chaos und keine Updates. Genau deshalb eignen sie sich ideal für Selbstständige und kleine Unternehmen. Wichtig ist dabei nur, ein System zu wählen, das zu deinen Anforderungen passt – nicht das, was am meisten verspricht.

Ich arbeite selbst mit IONOS und Wix, weil beide zuverlässig, verständlich und für unterschiedliche Bedürfnisse geeignet sind. Hier ein klarer Überblick ohne Schönfärben.

6.1 IONOS Website Builder

Vorteile:

- Sehr stabil und zuverlässig – kaum technische Ausfälle.
- Deutsche Server & DSGVO-konform – sicher und rechtlich unkompliziert.
- Schnelle Ladezeiten, auch ohne zusätzliche Optimierung.
- Übersichtliches Backend – Kunden kommen schnell zurecht.
- Hosting, Domain & SSL sind direkt integriert – alles aus einer Hand.
- Für klassische Geschäftsseiten ideal, da der Fokus auf Struktur und Funktion liegt.

Wartung & Updates

IONOS übernimmt alle technischen Updates automatisch.

Du musst dich nicht um Sicherheitsupdates, Serververwaltung oder technische Anpassungen kümmern.

Die Website bleibt aktuell, ohne dass du etwas tun musst – ein klarer Vorteil für kleine Unternehmen.

Nachteile:

- Weniger Designfreiheit – Layouts bleiben stabil, aber weniger flexibel als Wix.
- Moderne Effekte & kreative Animationen sind eingeschränkt.
- Bei Shops oder komplexen Funktionen stößt das System schneller an Grenzen.

Preis & Upgrades

IONOS arbeitet mit mehreren Tarifstufen.

Du kannst jederzeit upgraden, wenn du zusätzliche Funktionen benötigst – ohne Neuaufbau der Website.

Für die meisten kleinen Unternehmen reicht der Standard-Tarif völlig aus.

6. Website-Baukästen – Vorteile & Nachteile

6.2 Wix Website Builder

Vorteile:

- Maximale Designfreiheit – du kannst jedes Element pixelgenau platzieren.
- Sehr moderne, visuelle Layouts – ideal für Markenaufbau und kreative Projekte.
- Eigene mobile Ansicht – du hast volle Kontrolle darüber, wie die Seite auf dem Smartphone aussieht.
- Starke Bild- und Video-Verwaltung – perfekt für visuelle Branchen, Coaches, Lifestyle- oder Dienstleistungsseiten.
- Viele integrierte Funktionen – Buchungstools, Blog, Mitgliederbereiche, Formulare, Shops.
- Gute SEO-Einstellungen – übersichtlich, logisch aufgebaut, einfach anzuwenden.

Wartung & Updates

Auch Wix übernimmt sämtliche Updates automatisch.

Du musst dich nicht um Technik, Sicherheit oder Server kümmern.

Neue Funktionen werden regelmäßig ergänzt und stehen sofort zur Verfügung.

Nachteile:

- Mehr Freiheit = mehr Komplexität – für Anfänger kann die Bedienung schnell zu viel werden.
- Mobile Ansicht muss separat optimiert werden, sonst wirkt die Seite unruhig oder verrutscht.
- Kann bei vielen Bildern oder Animationen langsamer laden.
- Teurer als IONOS, vor allem bei zusätzlichen Funktionen wie Shops oder Buchungssystemen.
- Support manchmal zeitverzögert, besonders zu Stoßzeiten.

Preis & Upgrades

Wix bietet mehrere Tarifestufen – von einfachen Websites bis hin zu Shops und Business-Paketen.

Upgrades sind jederzeit möglich, ohne dass die Website neu gebaut werden muss. Die Kosten sind höher als bei IONOS, dafür gibt es mehr kreative Freiheit und erweiterte Funktionen.

Wichtig:

Für kleine Dienstleistungsseiten reicht oft ein mittlerer Tarif völlig aus.

Nur wer Shop- oder Buchungsfunktionen benötigt, braucht die höheren Stufen.

6. Website-Baukästen – Vorteile & Nachteile

6.3 Welches System passt zu welchen Bedürfnissen?

Jedes System hat seine Stärke – und die liegt nicht darin, „besser“ zu sein, sondern darin, für bestimmte Anforderungen passender zu sein.

IONOS eignet sich, wenn ...

- du eine zuverlässige, ruhige, klare Website brauchst
- Struktur wichtiger ist als Effekte
- Kunden später selbst Änderungen machen sollen
- DSGVO und Stabilität eine große Rolle spielen
- die Website hauptsächlich informieren soll
- du eine klassische Unternehmensseite baust

IONOS ist ideal für:

Handwerk, kleine Betriebe, lokale Unternehmen, Dienstleistungen, Praxis-Seiten, Firmenpräsentationen.

Wix eignet sich, wenn ...

- du mehr Designfreiheit willst
- Bilder, Elemente und visuelle Gestaltung im Vordergrund stehen
- du moderne Layouts, Animationen oder kreative Abschnitte nutzt
- du eine personalisierte Seite für dich als Marke aufbauen willst
- du ein Angebot hast, das emotional oder visuell arbeitet
- du eine individuelle mobile Ansicht brauchst

Wix ist ideal für:

Coaches, Kreative, Personal Brands, Lifestyle-Branche, Dienstleistungen mit visuellem Fokus, Content-getriebene Seiten.

Kurz gesagt:

- IONOS = strukturiert, stabil, klar, funktional
- Wix = flexibel, modern, visuell, individuell

Es geht nicht um „die beste Plattform“, sondern um die passende Plattform.

6. Website-Baukästen – Vorteile & Nachteile

6.4 Preisstufen & Upgrades – das musst du wissen

Sowohl IONOS als auch Wix arbeiten mit mehreren Paketen.

Diese unterscheiden sich vor allem in:

- Speicher
- Funktionsumfang
- Domain / E-Mail
- Shop- oder Buchungsfunktionen
- Support
- Extras wie Formulare, Galerie, Mitgliederbereiche

Wichtig:

Du musst nicht direkt im teuersten Tarif starten.

In fast allen Fällen reicht ein günstiger oder mittlerer Tarif:

- Website sichtbar ✓
- SSL ✓
- Domain ✓
- grundlegende Funktionen ✓

Wenn du später mehr brauchst – zusätzliche Seiten, Shop, Buchungen, erweiterte Tools – kannst du jederzeit upgraden, ohne dass du die Website neu aufsetzen musst.

Der größte Vorteil von Baukästen:

- Upgrades passieren im Hintergrund.
- Kein Serverumzug.
- Keine technischen Einstellungen.
- Kein Risiko.

Praktisch:

- Du wächst in deinem Tempo.
- Die Website wächst mit.

7. Typische Fehler – und wie du sie vermeidest

Viele Websites scheitern nicht an Technik oder Design, sondern an einfachen Fehlern, die man leicht übersehen kann. Meistens liegt es nicht daran, dass jemand „falsch“ gebaut hat – sondern daran, dass zu viel auf einmal gemacht wurde oder der Fokus verloren ging.

Je klarer du diese Fehler kennst, desto leichter vermeidest du sie.

7.1 Zu viel Inhalt – zu wenig Struktur

Einer der häufigsten Fehler: Alles soll auf die Website. Jedes Detail, jedes Bild, jeder Gedanke. Das Ergebnis: Überforderung.

Lösung:

Nur Inhalte verwenden, die wirklich notwendig sind.

Eine Website muss führen, nicht erschlagen.

7.2 Unlogisches Menü

Wenn ein Menü aus zehn Punkten besteht oder nicht deutlich macht, wo man was findet, brechen Besucher ab.

Lösung:

Ein Menü braucht klare Linien:

Startseite – Leistungen – Über uns – Kontakt

Mehr nur, wenn wirklich sinnvoll.

7.3 Fehlende Hauptaussage auf der Startseite

„Herzlich willkommen“ ist kein Einstieg.

Besucher müssen in Sekunden erkennen, ob sie hier richtig sind.

Lösung:

- Eine klare Botschaft:
- Wer bist du?
- Was machst du?
- Für wen?

7. Typische Fehler – und wie du sie vermeidest

7.4 Zu große Textblöcke

Wandtext ohne Pause – keiner liest das freiwillig.
Menschen scannen Inhalte, sie lesen nicht linear.

Lösung:

Kurze Absätze, klare Zwischenüberschriften, ruhiger Aufbau.

7.5 Mobile Ansicht wird vergessen

Viele bauen am PC – und vergessen, dass 60–80 % über das Smartphone kommen.
Rutscht der Text? Passt das Bild? Ist der Button zu klein?
Wenn das mobil nicht funktioniert, funktioniert die Website nicht.

Lösung:

Jede Seite immer zuerst auf dem Smartphone prüfen.

7.6 Unklare oder versteckte Kontaktmöglichkeiten

Kontakt im Menü reicht nicht. Besucher wollen nicht suchen müssen.

Lösung:

Klare Buttons, gut sichtbar, gerne mehrfach:

- „Kontakt aufnehmen“
- „Jetzt anfragen“

7.7 Falsche oder unpassende Bilder

Unscharfe Bilder, schlechte Beleuchtung oder übertriebene Filter mindern die Wirkung.

Lösung:

- Klare, ruhige Bilder ohne Schnickschnack.
- Echte Situationen wirken besser als gestellte Fotos.

7. Typische Fehler – und wie du sie vermeidest

7.8 Zu viele Effekte oder Animationen

Flackernde Elemente, Slideshows, bewegte Hintergründe – alles lenkt eher ab.

Lösung:

- Effekte nur da einsetzen, wo sie wirklich Sinn ergeben.
- Struktur wichtiger als „Wow“.

7.9 Fehlende Zielgruppe

Viele Websites versuchen alle abzuholen – das funktioniert nie.

Lösung:

Klar entscheiden:

- Für wen ist dein Angebot?
- Dann entsprechend formulieren.

7.10 Unklare Sprache

Texte voller Fachsprache, Übertreibungen oder Floskeln wirken unnahbar.

Lösung:

- Natürlich schreiben.
- So, wie du auch mit deinen Kunden sprichst.

8. Rechtliche Pflichtseiten – ohne sie darf keine Website online gehen

Bevor eine Website veröffentlicht wird, müssen zwei Seiten **zwingend vorhanden sein**. Sie sind **gesetzlich vorgeschrieben**, unabhängig davon, ob du ein Unternehmen, Kleingewerbe, Verein oder Solo-Selbstständige bist. Ohne diese Seiten drohen Abmahnungen – völlig unnötig und leicht zu vermeiden. Rechtstexte sind kein „Extra“. Sie gehören zur Website wie Startseite und Menü.

8.1 Impressum – die klaren Pflichtangaben

Das Impressum informiert darüber, wer hinter der Website steht. Es muss vollständig, korrekt und mit einem Klick erreichbar sein (am besten im Footer).

Was hineingehört:

- Name oder Firmenname
- vollständige Anschrift
- Kontaktmöglichkeiten (Telefon, E-Mail)
- vertretungsberechtigte Person
- ggf. Handelsregister
- ggf. USt-IdNr.
- für bestimmte Berufe zusätzliche Angaben (z. B. Aufsichtsbehörde)

Ein Impressum ist rechtlich bindend — und Pflicht.

8.2 Datenschutzerklärung – DSGVO verständlich erklärt

Die Datenschutzerklärung erklärt, welche personenbezogenen Daten auf deiner Website verarbeitet werden.

Typische Punkte:

- Hosting (IONOS, Wix, etc.)
- Cookies
- Kontaktformular
- Newsletter
- eingebettete Videos (YouTube)
- Karten (Google Maps)
- Social-Media-Plugins
- Statistik-Tools (z. B. Wix-Analytics)

Sie muss ebenso von jeder Seite aus erreichbar sein, am besten direkt im Footer.

8. Rechtliche Pflichtseiten – ohne sie darf keine Website online gehen

8.3 Warum diese Seiten absolut notwendig sind

Viele unterschätzen das – aber rechtliche Pflichtseiten sind keine Formalität.

Sie schützen dich vor:

- Abmahnungen
- rechtlichen Streitigkeiten
- unnötigen Kosten
- Problemen bei Kooperationen oder Partnerschaften

Eine Website gilt nur dann als „vollständig“, wenn Impressum und Datenschutz korrekt eingebunden sind.

8.4 Tipp für Anfänger

Viele Baukästen (IONOS, Wix) bieten Vorlagen oder Generatoren.

Wenn du unsicher bist, lohnt sich ein rechtssicherer Generator – schnell, günstig, sauber formuliert.

9. Mini-Checkliste – bevor deine Website online geht

Bevor du auf „Veröffentlichen“ klickst, lohnt sich ein letzter Blick auf die wichtigsten Punkte. Eine Website muss nicht perfekt sein, aber sie muss funktionieren. Diese Checkliste sorgt dafür, dass alles sitzt und Besucher sich zurechtfinden.

9.1 Sichtbarkeit & Struktur

- ☐ Startseite verständlich: Wer bist du? Was machst du? Für wen?
- ☐ Menü klar aufgebaut und logisch sortiert
- ☐ Leistungen deutlich erklärt
- ☐ Kontakt nicht versteckt
- ☐ Buttons gut sichtbar und eindeutig

9.2 Inhalte & Lesbarkeit

- ☐ Texte kurz, klar und leicht zu erfassen
- ☐ Absätze und Überschriften sinnvoll gesetzt
- ☐ keine unnötigen Fachbegriffe
- ☐ Bilder sauber, hell und passend
- ☐ keine überfüllten Seiten

9.3 Mobile Ansicht

- ☐ Alles funktioniert auf dem Smartphone
- ☐ Buttons groß genug
- ☐ Texte lesbar ohne Zoomen
- ☐ Bilder nicht abgeschnitten
- ☐ Abstände sauber

9.4 Technik & Geschwindigkeit

- ☐ Bilder komprimiert
- ☐ Seite lädt schnell
- ☐ innenliegende Links funktionieren
- ☐ Formular getestet
- ☐ kein unnötiger Ballast (Effekte, Riesenbilder)

9. Mini-Checkliste – bevor deine Website online geht

9.5 Rechtliche Pflichtseiten

- ☐ Impressum korrekt & vollständig
- ☐ Datenschutzerklärung sauber verlinkt
- ☐ beide Seiten im Footer erreichbar
- ☐ externe Inhalte geprüft (YouTube, Maps, Fonts)

9.6 Letzter Feinschliff

- ☐ Logo klar sichtbar
- ☐ Farben einheitlich
- ☐ Schriften konsistent
- ☐ keine leeren Seitenbereiche
- ☐ alle Buttons funktionieren

Damit ist deine Website bereit, online zu gehen — klar, strukturiert und rechtlich sauber.

10. Schlusswort

Eine Website ist kein riesiges Technikprojekt und auch kein Ort, an dem alles perfekt sein muss. Sie ist ein Werkzeug. Ein Raum, in dem Menschen verstehen sollen, wer du bist, was du anbietest und wie man dich erreicht. Mehr verlangt niemand.

Wichtig ist nur, dass deine Website klar bleibt: verständliche Texte, eine saubere Struktur und ein Aufbau, der führt – nicht überfordert. Alles andere wächst mit der Zeit. Du musst nicht sofort alles wissen oder alles richtig machen. Du lernst, während du baust, und du erkennst mit jeder Seite klarer, was zu dir passt.

Websites verändern sich. Du veränderst dich. Und das ist völlig normal. Entscheidend ist, dass du den ersten Schritt machst und eine Grundlage schaffst, die funktioniert: strukturiert, ehrlich und ohne technischen Druck.

Wenn du Unterstützung brauchst oder dir an einer Stelle der Überblick fehlt – du musst diesen Weg nicht allein gehen. Genau dafür habe ich socXnet aufgebaut: verständlich, persönlich und ohne komplizierte Theorie.

Bleib klar.

Bleib nahbar.

Und baue deine Website so, dass sie Menschen wirklich weiterhilft.

Herzlichst

Jacky | socXnet

