



# Websites planen und gestalten

Diese Arbeitshilfe mit konkreten Tipps, worauf Sie bei der Planung und Gestaltung von Websites achten sollten, ergänzt das *Webinar „Bündnisarbeit sichtbar machen – Websites planen und gestalten“*.

## 1. Die Struktur

### Zielgruppe im Fokus

Ziel ist es, den Nutzern und Nutzerinnen der Website einen konkreten Mehrwert zu bieten.

Zur Klärung sind folgende Überlegungen hilfreich:

- Wer ist unsere Zielgruppe/sind unsere Zielgruppen?
- Welche Informationen sind für die Zielgruppe(n) relevant?
- Welchen Mehrwert können wir der jeweiligen Zielgruppe bieten?
- Mit welcher Motivation besuchen die Zielgruppen die Website?
- Wie gelangen sie auf unsere Seite?

### Beispiele zu Zielgruppen und Interessen

- Bündnispartner/-innen sind an Informationen zu den Aktivitäten und Beteiligten des Bündnisses interessiert.

- Unternehmen möchten wissen,
  - a) wie sie von ihrem Engagement im Bündnis profitieren und
  - b) wie sie sich konkret einbringen können.
- Familien haben Bedarf an Informationen und Unterstützungsangeboten des Bündnisses.

### Nutzerführung und Struktur

- Ein logisch strukturiertes Menü sorgt für Übersicht.
- Nutzen Sie Begriffe/Überschriften, die Nutzer/-innen leicht und intuitiv verstehen können und die aussagekräftig sind.
- Buttons sollten konkrete Hinweise an Nutzer/-innen vermitteln und sie leiten.
- Die Seite sollte „responsive“ sein. Das bedeutet, dass Ihre Seite sich automatisch an das Format und System des Endgeräts anpasst (z. B. Tablet, Smartphone).
- Wählen Sie eine Internetadresse (URL), die kurz und eingängig ist – und somit auch auf Flyern und Postern gut lesbar ist.

## 2. Das Design

### Farben

- Farben unterstützen die Nutzerführung und sollten gezielt eingesetzt werden.
- Farbkontraste sollten so gesetzt werden, dass wichtige Navigationselemente gut lesbar sind.

### Bildsprache

- Nutzen Sie Bilder aus Ihrer Bündnisarbeit statt „Allerweltsbilder“ Stockbilder.
- Wählen Sie aussagekräftige Motive, die den Nutzerinnen und Nutzern einen konkreten Mehrwert bieten und sich auf die Beiträge beziehen.
- Setzen Sie einen einheitlichen Bildstil um.



### Tipp

Bei der Bildauswahl gilt immer: Qualität vor Quantität.

### Bildgrößen

- Wie groß die Bilder für Ihre Website sein sollten, verrät Ihnen nur das Design.
- Die Bildgrößen sind in der Regel in einem Design Manual oder einem Redaktionshandbuch festgehalten.

### Bildformate

- Fotos mit vielen Farben, Strukturen und feinen Verläufen lassen sich am besten als JPG darstellen.
- SVG ist ein Vektorformat und hat den Vorteil, dass Inhalte beim Hochskalieren nicht unscharf werden.
- Ein PNG eignet sich dort besonders gut, wo das JPG-Format an seine Grenzen stößt: für grafische Formen und wenige Verläufe.



### Tipp

Kleine Dateien sind wünschenswert und wirken sich positiv auf die Performanz/Geschwindigkeit Ihrer Website aus, mit der sie dem Nutzer bzw. der Nutzerin im Browser erscheint.

## 3. Die Redaktion

### Von der Zielgruppe aus denken

- Inhalte müssen mit den Interessen der Zielgruppe übereinstimmen.
- Inhalte müssen so platziert sein, dass die Zielgruppe schnell und unkompliziert die jeweils relevanten Inhalte findet.

### Textaufbau

Informationen sollten nach Relevanz aufgebaut sein (Prinzip der umgekehrten Pyramide):

1. Das Wichtigste zuerst,
2. dann folgen Einzelheiten,
3. danach Informationen zum Hintergrund
4. und am Ende Handlungsvorschläge („Call to Action“) wie zum Beispiel der Hinweis, welche anderen Beiträge auch interessant sein könnten.

### Für bessere Lesbarkeit

- Prägnante Zusammenfassung des Inhalts als Titel des Artikels.
- Die Texte sollten in der Länge überschaubar und durch Absätze, Aufzählungen und Zwischenüberschriften strukturiert sein.
- Die Texte sollten durch andere Elemente wie Fotos, Abbildungen, Grafiken und Zitate aufgelockert werden.

- Keine Versalien für Texte verwenden, denn Wörter in Großbuchstaben sind grundsätzlich schlechter lesbar.

### Bildredaktion

- Für den barrierefreien Zugang von Websites muss zu jedem Bild ein „Alternativtext“ hinzugefügt werden. Dies hilft Nutzer/-innen, die das Bild nicht sehen können.
- Schlechte Erkennbarkeit kann außer an einer beeinträchtigten Sehkraft auch an einer schlechten Internetverbindung liegen.
- Beschränken Sie den Alternativtext auf 125 Zeichen.

### Bildredaktion – Dateinamen

- Dateinamen sollten inhaltlich korrekt sein und den Inhalt des Bildes benennen.  
(Bsp.: Lokale\_Buendnisse\_Aktionstag2020.jpg)

### Suchmaschinen und Social Media

- Verwenden Sie sinnhafte Seitentitel, die dem Nutzer bzw. der Nutzerin Orientierung geben und max. 60 Zeichen betragen.
- Die „Meta Description“ ist ein kurzer Beschreibungstext und sollte max. 160 Zeichen umfassen.
- „Open Graph Tags“ bestehen aus Titel, Teaser und Bild. Sie dienen als Content in den sozialen Medien.

### Viel Erfolg!