

WORKBOOK

Website- planung

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung für
Deine Website-Vorbereitung

Inklusive
Styleguide-Vorlage &
Checkliste!



Lass uns Deine Vision sichtbar machen!

Hello! Wie schön, dass Du die Planung Deiner Website angehen möchtest! Ich weiß, das Projekt "Website" kann zu Beginn unüberschaubar und einschüchternd wirken. Was brauche ich alles? Womit fange ich an? Worauf muss ich achten?

Mit diesem Workbook möchte ich Dich an die Hand nehmen und Dich durch die wichtigsten Schritte bei der Planung Deiner neuen Internetseite führen.

Es ist gar nicht so schwer, wie Du jetzt vielleicht noch denken magst.

Geh die folgenden Schritte einfach ganz in Ruhe nach und nach durch. Mach es Dir dabei gemütlich, hol Dir vielleicht einen Tee, zünde eine Kerze an und leg schöne Musik auf. Denn hier soll es nicht nur um das reine "Abarbeiten" gehen.

Deine neue Website wird ein Spiegel für Dich und Dein Business sein. Jetzt kommt es darauf an: Weißt Du, wer Du bist und warum Du tust, was Du tust? Was genau bietest Du Deinen Kund*innen an? Was ist der Mehrwert für sie? Und für wen genau machst Du das Ganze eigentlich? Je genauer Du diese Fragen für Dich beantwortest, desto leichter wird Dir die Website-Erstellung fallen.

Die Gestaltung Deiner Website ist wunderbar & magisch, weil sie Dir und später auch Deinen Websitebesucher*innen zeigen wird, was Dich und Deine Arbeit im Kern ausmacht. **Deine Website ist also ein super wertvolles Tool, um Dich auch nochmal mehr mit Dir selbst und Deinem Business auseinander zu setzen.** Hier wirst Du merken, wo Du Dir vielleicht noch unklar bist, was Dir noch fehlt, aber auch, welchen Zauber Du da eigentlich wirkst und was für einen wertvollen Schatz Du für Deine zukünftigen Kund*innen bereithältst.

Also, bist Du bereit, das Ganze "zu Papier zu bringen" und Deine Vision für die Online-Welt sichtbar zu machen? Lass uns loslegen!

Wer schreibt hier überhaupt?

Falls Du mich noch nicht kennen solltest, möchte ich mich kurz vorstellen:

Mein Name ist Jenny Jaumann und ich bin Webdesignerin. Für meine Kund*innen gestalte ich individuelle Websites, die ihnen und ihrer Vision voll und ganz entsprechen. Und ich stehe ihnen bei Fragen und der Wartung und Pflege ihrer Websites mit Rat & Tat zur Seite.

Für mich ist meine Arbeit nicht nur ein Job, sondern eine Herzensangelegenheit. Ich will Sinn stiften, Gutes tun und anderen helfen können. Gleichzeitig liebe ich meine Ortsunabhängigkeit und könnte Stunden mit der Gestaltung einer neuen Seite oder dem Erlernen neuer Technik-Kniffe verbringen.

Was wäre also naheliegender, als Dich und Deine Vision mit Deiner neuen Website online sichtbar zu machen?

Ich freue mich, Dich mit diesem Workbook dabei unterstützen zu können. Und solltest Du Fragen haben oder weitere Hilfe benötigen, zögere nicht, mir zu schreiben: info@jennyjaumann.de

Ich freue mich darauf, von Dir zu hören.

Jenny



Inhalt



4	DEINE VISION
8	DEIN ANGEBOT
10	WEBSITE-ZIEL
11	WEBSITE-INHALTE
12	FARBWAHL
12	SCHRIFTWAHL
13	TONALITÄT
14	BILDER
15	STYLEGUIDE
16	CHECKLISTE
17	DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

Deine Vision

Deine Vision muss - meiner Meinung nach - nicht immer sofort riesengroß sein, aber Du solltest wissen, warum Du tust, was Du tust, wem Du damit hilfst und wo Du ungefähr damit hin möchtest.

Das wird es leichter für Dich machen, Deine Website-Texte zu schreiben, die richtigen Angebote zu kreieren und die richtigen Marketingaktivitäten zu wählen.

DEINE ZIELE

Was möchtest Du mit Deinem Unternehmen erreichen? Wo siehst Du Dein Unternehmen in einem, fünf und zehn Jahren?



DEINE WERTE

Welche sind die tragenden Werte Deiner Geschäftsphilosophie? Diese sollten sich später auch im Design und in der Kommunikation auf Deiner Website widerspiegeln (sie wirken meist auch bei der Gestaltung Deiner Arbeitsbedingungen, in der Zusammenarbeit mit Deinen Kund*innen, aber auch bei der Mitarbeitendenführung).

Definiere 3-4 Werte, die Dir in Deinem Business am wichtigsten sind.
(Auf der nachfolgenden Seite findest Du zur Hilfe und Inspiration eine Werteliste.)

DER MEHRWERT DEINES ANGEBOTS

Was verbesserst Du mit Deinem Unternehmen? Welchen Mehrwert bietest Du Deinen Kund*innen? Beschreibe die Besonderheiten Deiner Arbeit und die Vorteile, die Deine Kund*innen dadurch haben.



Werte-Liste

A

- Abenteuer
- Achtsamkeit
- Agilität
- Aktivität
- Aktualität
- Akzeptanz
- Altruismus
- Andersartigkeit
- Anerkennung
- Anmut
- Ansehen
- Anstand
- Ästhetik
- Aufgeschlossenheit
- Aufmerksamkeit
- Ausgeglichenheit
- Ausgewogenheit
- Authentizität

B

- Begeisterung
- Beharrlichkeit
- Beständigkeit
- Bescheidenheit
- Besonnenheit

D

- Dankbarkeit
- Demut
- Disziplin
- Durchsetzungskraft

E

- Effektivität
- Effizienz
- Ehrlichkeit
- Empathie
- Engagement
- Entscheidungsfreude
- Entdeckergeist
- Entschlossenheit

F

- Fairness
- Fleiß
- Flexibilität
- Freiheit
- Freude
- Freundlichkeit
- Freundschaft
- Frieden
- Fröhlichkeit
- Fürsorglichkeit

G

- Geduld
- Gelassenheit
- Gemütlichkeit
- Gerechtigkeit
- Gesundheit
- Glaubwürdigkeit
- Großzügigkeit
- Güte

H

- Harmonie
- Herzlichkeit
- Hilfsbereitschaft
- Hingabe
- Hoffnung
- Höflichkeit
- Humor

I

- Idealismus
- Innovation
- Inspiration
- Integrität
- intelligent
- Interesse
- Intuition

F

- Fairness
- Fleiß
- Flexibilität
- Freiheit
- Freude
- Freundlichkeit
- Freundschaft
- Frieden
- Fröhlichkeit
- Fürsorglichkeit

G

- Geduld
- Gelassenheit
- Gemütlichkeit
- Gerechtigkeit
- Gesundheit
- Glaubwürdigkeit
- Großzügigkeit
- Güte

H

- Harmonie
- Herzlichkeit
- Hilfsbereitschaft
- Hingabe

- Hoffnung
- Höflichkeit
- Humor

I

- Idealismus
- Innovation
- Inspiration
- Integrität
- intelligent
- Interesse
- Intuition

K

- Klugheit
- Konsequenz
- Konservativität
- Kontrolle
- Kreativität

L

- Leidenschaft
- Leichtigkeit
- Liebenswürdigkeit
- Loyalität

M

- Mitgefühl
- Motivation
- Mut

N

- Nachhaltigkeit
- Nächstenliebe
- Neutralität
- Neugier

O

- Offenheit
- Optimismus
- Ordnungssinn

P

- Pflichtgefühl
- Fantasie
- Pragmatisch
- Präsenz
- Präzision
- Professionalität
- Pünktlichkeit

R

- Realismus
- Redlichkeit
- Respekt

- Rücksichtnahme
- Ruhe

S

- Sanftmut
- Sauberkeit
- Selbstdisziplin
- Selbstbewusstsein
- Selbstvertrauen
- Sensibilität
- Seriosität
- Sicherheit
- Solidarität
- Sorgfalt
- Sparsamkeit
- Spaß
- Standfestigkeit
- Sympathie
- Spontanität

T

- Tapferkeit
- Teamgeist
- Teilen
- Toleranz
- Tradition
- Transparenz
- Treue
- Tüchtigkeit

U

- Unabhängigkeit
- Unbestechlichkeit
- Überzeugungskraft

V

- Verantwortung
- Verlässlichkeit
- Vertrauen
- Verzeihen

W

- Wachsamkeit
- Weisheit
- Weitsicht
- Willenskraft
- Würde

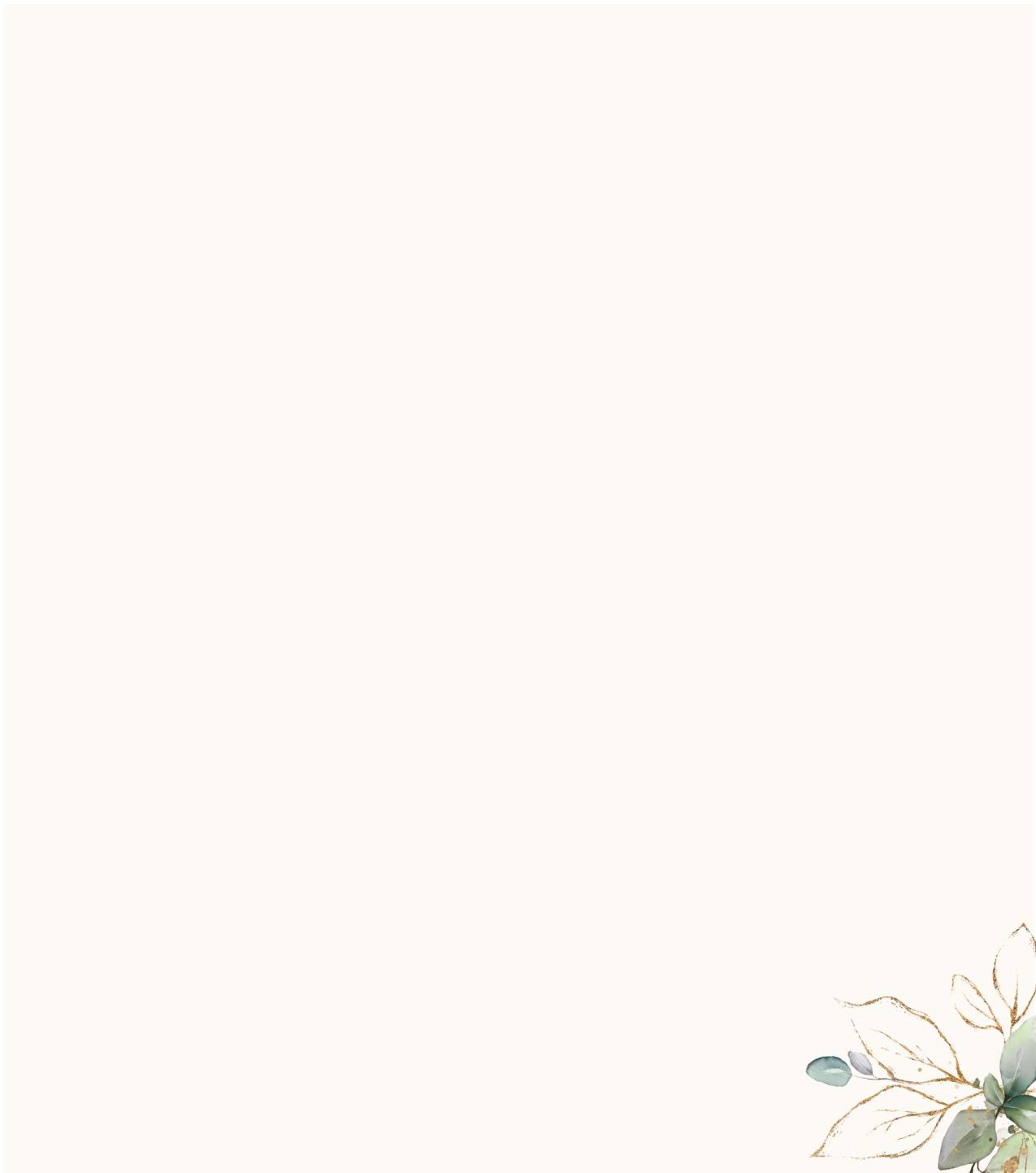
Z

- Zielstrebigkeit
- Zuneigung
- Zusammenhalt
- Zuverlässigkeit
- Zuversicht

DEIN*E WUNSCHKUND*IN

Wem willst Du mit Deiner Arbeit helfen? Für wen ist Dein Angebot? Beschreibe Dein*e Wunschkund*in (dabei kann es eine oder mehrere geben - sie repräsentiert Deine Zielgruppe(n)).

Du kannst z. B. festlegen, welche Alterspanne Deine Zielgruppe höchstwahrscheinlich hat oder welchem Beruf sie evtl. nachgeht, wenn das für Deine Arbeit relevant ist. Viel wichtiger ist aber, Dir darüber im Klaren zu werden, welche Herausforderungen und Probleme Deine Wunschkund*in hat. Welche Wünsche & Ziele erreichen sie durch Deine Arbeit und Unterstützung?



Dein Angebot

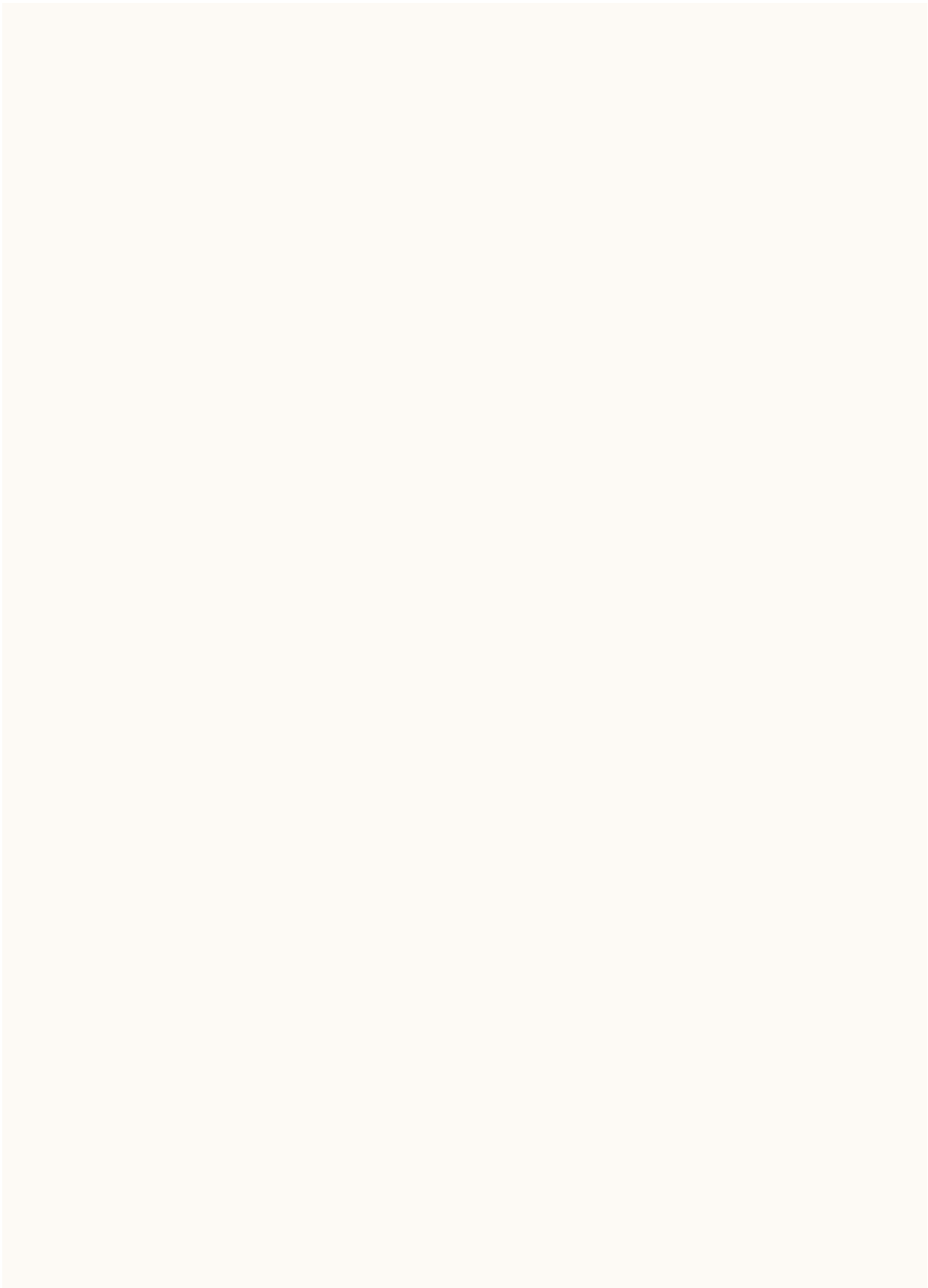
Beschreibe hier genau und detailliert, welche Produkte & Dienstleistungen Du anbietest. Dies ist vor allem die Grundlage für Deine Angebotsseiten. Wenn Du Deine Website-Besucher*innen dazu gebracht hast, sich genauer über Deine Angebote zu informieren, dann sollten sie hier auch wirklich alles dazu finden, was sie benötigen, um anschließend direkt auf den "Kaufen"- oder "Buchen"-Button zu klicken.

Formuliere ganz klar:

- Welche verschiedenen Produkte und Leistungen bietest Du an?
- Welche konkreten Inhalte oder Eigenschaften beinhalten diese?
 - Wenn es z. B. um Coachings geht: Wie viele Sessions? Zu welcher Dauer? Über welchen Zeitraum findet dies statt?
 - Bei Produkten z. B.: Welche Farbe? Welche Abmessungen? Welche Größen? Welche Materialien? Usw.
- Wie funktioniert der Kauf bzw. die Buchung?
- Welche Vorteile haben Deine Interessent*innen, wenn sie bei Dir kaufen?



Dein Angebot



Dein Website-Ziel

Um Deine Website-Besucher*innen gezielt durch Deine Seite zu leiten und sie zu den richtigen Handlungen aufzufordern (mit sogenannten Call-to-Action (CTA)), musst Du wissen, was das Ziel Deiner Website sein soll.

Mehr als zwei Ziele sollte Deine Seite nicht verfolgen, da Deine Besucher*innen ansonsten durch die Vielzahl an Möglichkeiten überfordert sein können und Deine Seite schlimmstenfalls verlassen, ohne irgendeine Handlung getätigt zu haben.

Wähle max. 2 Ziele aus - was sollen Deine Besucher*innen tun?

- E-Mail schreiben / Kontaktformular ausfüllen
- Kennenlern-Gespräch vereinbaren / Termin buchen
- Zum Newsletter anmelden
- Dienstleistung buchen
- Produkt kaufen
-
-
-



Deine Website-Inhalte

Entscheide, welche Inhalte bzw. Seiten Deine Website haben soll. Dies ist später die ideale Grundlage für die Gestaltung Deines Website-Menüs. Außerdem kannst Du diese Liste nutzen, um mit dem Schreiben der Texte für die einzelnen Seiten zu beginnen.

- Startseite
- Angebotsseite(n)
- Über mich-Seite
- Referenzen
- Kontaktseite
- Blog/Aktuelles
- Events
- Datenschutz (kostenloser Generator)
- Impressum (kostenloser Generator)
-
-
-

Schritt-für-Schritt-Anleitungen zum Schreiben Deiner Texte findest Du hier:

- Startseite
- Angebotsseiten
- Über-Mich-Seite

Deine Farben

Nun geht es an die Gestaltung Deiner Website. Hast Du bereits Farben für Dein Business definiert? Dann empfiehlt es sich, diese auch genau so für Deine Website zu nutzen, damit Dein Außenauftritt einheitlich ist. Falls Du noch keine Farben hast, kannst Du Dich zum Beispiel bei [Adobe](#) und [Coolors](#) inspirieren lassen und Dir eine eigene Farbpalette erstellen.

Für Deine Website benötigst Du drei bis vier Farben: eine Hauptfarbe, eine Abstufung Deiner Hauptfarbe, eine Schriftfarbe und evtl. eine Akzentfarbe.

Trage hier Deine Farbcodes ein:

Hauptfarbe:

Schriftfarbe:

Abstufung:

Akzentfarbe:

Deine Schriften

Sofern Du für Dein Business noch keine Schriften definiert hast, ist es nun an der Zeit. Du benötigst i.d.R. zwei Schriften für Deine Website: eine für Überschriften und Akzente und eine für den Fließtext. Kostenlose und lizenzfreie Schriften findest Du z. B. hier: [Google Fonts](#).

Trage hier Deine Schriften ein:

Überschriften:

Fließtext:



Tonalität

Ein oft vergessener Punkt bei der Planung einer Website ist die Tonalität der Texte. Wie willst Du Deine Website-Besucher*innen ansprechen? Wie sollen die Texte klingen?

Möchtest Du Deine Kund*innen auf Augenhöhe ansprechen und einen direkten, eher ungezwungenen Kontakt? Oder erwartet Deine Zielgruppe vielleicht eine förmliche Ansprache?

Hier hilft Dir Deine Zielgruppenanalyse aus Schritt 1 weiter, um zu bestimmen, welche Tonalität für Deine Website angemessen ist. Diese sollte dann in allen Bereichen beibehalten werden, egal ob Newsletter, Blog-Beiträge oder Landingpage.

Falls also noch nicht geschehen, hast Du hier nun die Möglichkeit, das einmal für Dich festzulegen.

Besucher*innen siezen oder duzen?

Du

Sie

Wie sollen Deine Texte klingen?

Herzlich

Neutral

Nah

Geschäftlich

Persönlich

Distanziert

Umgangssprache

Fachjargon

Bilder

Neben Deinen Farben, den Schriften und der Tonalität Deiner Texte tragen auch Bilder einen entscheidenden Teil dazu bei, wie sich Deine Website "anfühlt" und auf Besucher*innen wirkt.

Kläre in diesem Schritt also für Dich, welche Fotos oder Grafiken Du verwenden möchtest. Achte darauf, dass sie ein einheitliches Gesamtbild vermitteln.

Für die Auswahl der Fotos stehen Dir mehrere Möglichkeiten zur Verfügung:

Fotos selbst erstellen

Wichtig: Damit Fotos im Internet wirklich wirken, müssen sie hochauflösend und qualitativ hochwertig geschossen sein. Verwackelte oder falsch belichtete Handyfotos in viel zu kleinem Format vermitteln sicher nicht den Eindruck, den Du für Dein Business schaffen willst.

Fotos von einer Fotograf*in machen lassen

Stock-Fotos verwenden

*Falls Du keine Möglichkeit hast, selbst hochwertige Fotos zu erstellen und auch keine*n Fotograf*in beauftragen kannst oder möchtest, gibt es auch die Möglichkeit, auf Stock-Fotografien zurückzugreifen.*

Hierfür gibt es zahlreiche Datenbanken für kostenlose und kostenpflichtige Bilder. Mehr dazu erfährst Du hier: [Die 12 besten Bilddatenbanken für lizenzfreie Bilder](#)

Tipps zur Bildwahl:
"So wählst Du die perfekten
Bilder für Deine Website"

Styleguide

Um einen Eindruck von Deinem gewählten Design als Ganzes zu erhalten, eignet sich die Erstellung eines Styleguides.

Ein Styleguide stellt Deine gewählten Schriften, Farben, Bilder und evtl. auch andere Designelemente als Komposition dar. Das gibt Dir ein gutes Gefühl dafür, ob sich die einzelnen Komponenten zusammen stimmig anfühlen oder ob noch irgendwas angepasst werden muss.

Außerdem kannst Du Deinen Styleguide später nutzen, um ihn z. B. an Freelancer*innen wie Grafiker*innen, virtuelle Assistent*innen, Webdesigner*innen etc. weiterzugeben. So wissen auch diese immer, welches Design sie für Deine Marke verwenden sollen.

STYLEGUIDE GESTALTEN

Einen Styleguide kannst Du z. B. ganz einfach in Canva erstellen. Hier findest Du eine Vorlage, viel Spaß damit!

[ZUR STYLEGUIDE VORLAGE](#)

Sobald Du mit Deinem Styleguide zufrieden bist, steht zum einen das Design-Grundgerüst Deiner Website - herzlichen Glückwunsch!

Zum anderen hast Du damit aber auch die Grundlage für alle weiteren Marketingaktivitäten geschaffen. Denn Dein neues Design sollte sich nicht nur auf Deiner Website wiederfinden, sondern auch konsistent in allen anderen Bereichen verwendet werden. Also z. B. in Social Media Posts und Printprodukten wie Visitenkarten oder Flyer. So bleibt Deine Marke konsistent und Du schaffst einen Wiedererkennungswert auf allen Kanälen.

Checkliste

Großartig! Wenn Du bis hierhin gekommen bist, hast Du schon einen großen Meilenstein auf dem Weg zu Deiner neuen Website erreicht. Hier findest Du nochmal eine Übersicht über die bisherigen Punkte.

Hast Du alles umgesetzt, oder was fehlt noch?

- Vision ist klar
- Angebot ist klar
- Website-Ziel ist klar
- Website-Inhalte sind erstellt
- Farben sind definiert
- Schriften sind definiert
- Tonalität der Website ist klar
- Bilder sind vorbereitet
- Styleguide ist erstellt



Die nächsten Schritte

Wenn Du alle Punkte der Checkliste abhaken kannst, bist Du bereit für die nächsten Schritte:

AUSLAGERN ODER SELBER MACHEN

Spätestens jetzt musst Du Dich entscheiden, wie Deine Website entstehen soll:

WEBSITE SELBST ERSTELLEN

Du kannst Deine Website selbst erstellen. Dadurch sparst Du zwar Geld, aber es kostet Dich wahrscheinlich einiges an Zeit. Und Du gehst das Risiko ein, dass Deine Seite nicht ganz so professionell wird, wie vom Profi.

WEBDESIGNER*IN BEAUFTRAGEN

Eine*n Webdesigner*in zu beauftragen ist zwar eine etwas größere Investition in Dein Business, jedoch sparst Du dabei Zeit, kannst Dich um Dein Kerngeschäft kümmern und erhältst stressfrei eine hochwertige Website.

TOOL AUSWÄHLEN

Wenn Du Dich dazu entscheidest, Deine Website selbst zu erstellen, musst Du Dich entscheiden, mit welchem Tool Du das angehen möchtest. Zur Verfügung stehen Website-Baukästen (z. B. Jimdo, Wix oder Squarespace) oder das Content-Management-System WordPress.

Website-Baukästen sind sehr einfach zu handhaben, aber auch stark eingeschränkt in ihren Möglichkeiten. WordPress ist etwas aufwendiger, aber bietet dafür nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, was vor allem wichtig ist, wenn Du langfristig mit Deiner Website wachsen und diese ausbauen möchtest.

Wenn Du Dich für die Zusammenarbeit mit einem*einer Webdesigner*in entscheidest, wird diese*r Dich dazu auch nochmal beraten.

Viel Erfolg & Spaß!

Herzlichen Glückwunsch - wenn Du alle Schritte aus diesem Workbook abgeschlossen hast, kannst Du wirklich stolz auf Dich sein! Denn Du hast bereits einiges geschafft:

- Du hast Dein Business, Dein Angebot und Deine Wunschkund*innen noch besser kennengelernt.
- Du hast Farben, Schriften, Bilder und die Tonalität für Dein Branding festgelegt und Dir einen Style Guide für Dein Business erstellt.
- Du hast wichtige Inhalte für Deine Website erstellt und Dich bereits damit auseinandergesetzt, wie es weiter gehen soll.

Und keine Sorge - wenn Du Fragen hast oder Dir auf dem Weg zu Deiner neuen Website Unterstützung wünschst, bist Du nicht allein. Ich helfe Dir gerne.

→ Du hast **Fragen** oder **Feedback zum Workbook**? Schreib mir jederzeit gerne an info@jennyjaumann.de.

→ Du möchtest die **Erstellung Deiner Website an eine Webdesignerin abgeben**? Lass uns kennenlernen und schauen, ob und wie ich Dich unterstützen kann. Buch Dir ein [kostenloses, unverbindliches Erstgespräch](#).

So oder so - ich freue mich darauf, von Dir zu hören!

Viel Erfolg und alles Liebe

Jenny





WORKBOOK
WEBSITEPLANUNG

2. Auflage
Copyright © 2024
Jenny Jaumann

[Impressum](#)