



Die 5 wichtigsten Tipps für eine erfolgreiche Website im Waldviertel

Tipp 1: Die Sprache der Zielgruppe sprechen (Bsp. Waldviertel)	2
Tipp 2: Auf Google gefunden werden	4
Tipp 3: Rechtliches (Impressum, Datenschutz, Cookies, https)	6
Tipp 4: Kompatibilität auf allen Geräten.....	9
Tipp 5: Nutzen Sie die Hilfe von ChatGPT	13



Tipp 1: Die Sprache der Zielgruppe sprechen (am Beispiel Waldviertel)

Warum ist es wichtig, die richtige Sprache zu verwenden?

Die Sprache, die Sie auf Ihrer Website verwenden, hat einen großen Einfluss darauf, wie Ihre potenziellen Kunden Sie wahrnehmen. Internet-User:innen sind in ihrem Verhalten heutzutage sehr ungeduldig bzw. sind es gewöhnt, **ohne viel Aufwand** die gewünschte Information zu bekommen. Wenn Ihre Zielgruppe nun aus dem Waldviertel kommt, sollten Sie auch Sprache und Formulierungen verwenden, die Waldviertler:innen schnell verstehen können. Dies wird das Vertrauen stärken und erhöht das Potenzial zu einer längeren Bindung ihrer Kund:innen.

Beispiel:

Welches dieser Begriffe ist für Sie als Waldviertler:in besser verständlich?

1. „Suchmaschinenoptimierung“

oder

2. „Bessere Sichtbarkeit auf Google“

Wenn für Sie auch der zweite Begriff intuitiver verständlich war, haben Sie einen guten Eindruck gewonnen, wie die Sprache Ihrer Website die Wirkung Ihres Unternehmens auf potenzielle:n Kund:innen beeinflussen kann.

„Waldviertler:innen reden gerne direkt und konkret und verschachtelt die Wörter nicht.“



Tipps:

- **Bauen Sie lokale Bezüge ein.**
Statt zu schreiben „Schöne Handwerkskunst aus Gmünd“ könnten Sie schreiben „In unserem Familienbetrieb im Herzen Gmünds pflegen wir die Tradition der Handwerkskunst seit Generationen“
- **Mischen Sie lokale Redewendungen und Dialekt ein**
Dies mag zwar nicht immer passen, wenn man aber auf der Website mit „Griaß di“ begrüßt, statt mit „Hallo“ fühlt sich die Waldviertler Zielgruppe gleich wie zuhause.
- **Passen Sie an regionale Interessen und Bedürfnisse an**
„Unsere Dämmmaterialien sind perfekt für den kalten Winter im Waldviertel“.

Zusammenfassung

Nicht nur, dass Sie es der Zielgruppe damit leichter machen zu verstehen, was die Website beinhaltet, Sie lassen Ihre Kund:innen sich auf Ihrer Website zuhause fühlen, und das ist im Waldviertel ein hoher Wert. Eine klare und verständliche Sprache stärkt das Vertrauen und die Verbindung zu Ihrer Zielgruppe. Wenn Ihre Inhalte lokal relevant und ansprechend sind, wird dies die Bindung zu Ihren Kund:innen vertiefen.



Tipp 2: Auf Google gefunden werden

Warum ist es wichtig, auf Google gefunden zu werden?

Heutzutage ist es üblicher etwas zu googlen, statt direkt die Website zu besuchen. Je mehr Sie sich bemühen, die Seite an Googles Bedürfnisse anzupassen, desto höher reihen Sie in den Suchergebnissen und desto leichter finden Sie Kund:innen.

Ein paar konkrete Tipps:

- **Relevante „Keywords“ in die Texte der Website einbauen.**

Erklärung: Keywords sind Begriffe, die Menschen bei Google eingeben, um nach etwas zu suchen. Wenn auf Ihrer Website diese Begriffe vorkommen, fällt es Google leichter, Ihre Website mit diesen Suchanfragen zu verbinden.

Beispiel: Wenn Sie handgefertigte Seifen verkaufen, sollten Begriffe wie „handgemachte Seifen Waldviertel“ oder „natürliche Seifen kaufen“ in Ihren Texten vorkommen.

Link: <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

→ Dies ist ein Link zu einer Website, wo Sie recherchieren können, wie häufig gewisse Suchbegriffe auf Google gesucht werden.

- **Hochwertige Inhalte erstellen**

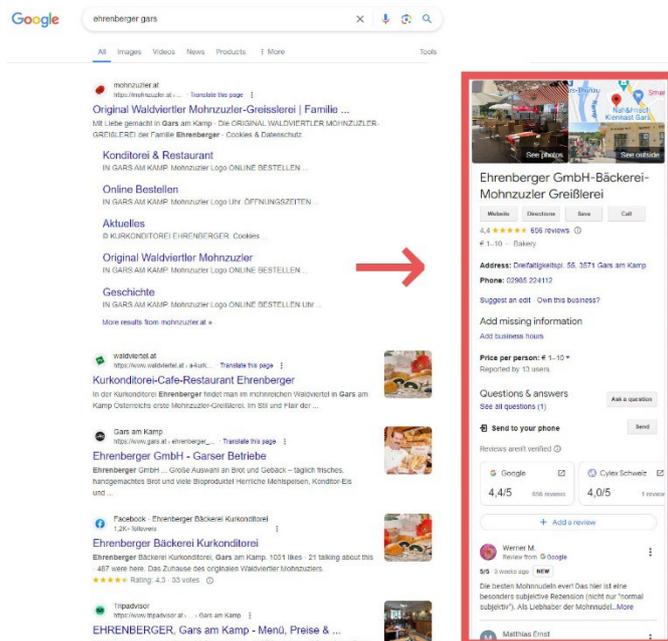
Google belohnt Websites, die nützliche und relevante Inhalte bieten. Lenken Sie hier den Fokus auch nicht ausschließlich auf den Verkauf Ihrer Produkte und Dienstleistungen, sondern auch darauf, dass die Nutzer:innen relevante Informationen zu dem Themenfeld bekommen.

Sie können Blogbeiträge, Anleitungen oder Produktbeschreibungen verfassen. Außerdem ist Ihre Website für Kund:innen dann auch nützlicher und hilfreicher. 



- **Ein „Google Business Profile“ einrichten**

Das Google Business Profil ist ein mächtiges Instrument, um schnell auf Google gefunden zu werden. Neben den Suchergebnissen wird hier groß Ihr Unternehmen dargestellt und Kund:innen haben es leicht, schnell Kontakt aufzunehmen oder Ihren Standort zu finden.



Link: <https://www.google.com/business/>

→ Dies ist ein Link zu einer Website, wo Sie Ihr „Google Business Profile“ einrichten können.

Je mehr Informationen Sie einfügen, desto höher ist die Chance, dass Google Sie hoch in den Suchanfragen reiht.

Zusammenfassung

Durch gezielte Optimierung Ihrer Website für Google erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit und erreichen mehr potenzielle Kunden. Relevante Keywords, hochwertige Inhalte und ein Google Business Profil helfen dabei, Ihre Website in den Suchergebnissen höher anzuzeigen. Dies führt zu mehr Besuchern, einer stärkeren Online-Präsenz und letztlich zu mehr Kunden.



Tipp 3: Rechtliches

Dieses Dokument gilt nicht als Rechtsberatung. Für eine Beratung zu Ihrer speziellen Situation empfehle ich, sich an einen qualifizierten Rechtsanwalt zu wenden.

Was sind Impressum, Datenschutzerklärung, Cookies und https?

Die Einhaltung rechtlicher Vorgaben ist nicht nur gesetzlich vorgeschrieben, sondern auch unerlässlich für den professionellen Betrieb einer Website. Laut dem Telekommunikations-Gesetz (TKG) und der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sind Unternehmen verpflichtet, ein vollständiges Impressum, eine Datenschutzerklärung und Cookie-Hinweise bereitzustellen. Zudem sorgt die Verwendung von https für eine sichere Verbindung und ist ein wichtiger Faktor für das Google-Ranking.

Kurze Erklärung:

- **Impressum:** Eine Seite, die gesetzlich vorgeschriebene Informationen über den Betreiber der Website enthält, wie Name, Adresse und Kontaktinformationen.
- **Datenschutzerklärung:** Ein Dokument, das erklärt, wie personenbezogene Daten gesammelt, verwendet, geschützt und gelöscht werden.
- **Cookies:** Cookies sind kleine Datenstücke, die auf Ihrem Computer gespeichert werden, wenn Sie eine Website besuchen. Sie helfen dabei, die Nutzung der Website zu verbessern, indem sie sich zum Beispiel merken, welche Seiten Sie besucht haben oder welche Einstellungen Sie gewählt haben.
Es gibt „essenzielle Cookies“ und „nicht-essenzielle Cookies“.
„Essenzielle Cookies“ sind technisch notwendig um die Website im Browser darzustellen und brauchen keine gesonderte Zustimmung des Nutzers.
„Nicht-essenzielle Cookies“ sammeln meist personenbezogene Daten. Diesen müssen Nutzer:innen zustimmen.
- **https:** Ein Protokoll, das die Kommunikation zwischen der Website und den Besuchern verschlüsselt und somit sicherer macht.



Webdesign
aus dem Waldviertel

Impressum

Was muss rein? Grundsätzlich: Name des Unternehmens, Adresse, Kontaktinformationen (E-Mail, Telefonnummer), Firmenbuch- und Steuernummer, Geschäftsführung.

Genauere Informationen hierzu finden Sie auf den folgenden Websites der WKO:

Link zum „korrekten Impressum“ laut WKO:

<https://www.wko.at/internetrecht/website-impressum>

Musterimpressum der WKO: <https://www.wko.at/oe/internetrecht/das-korrekte-website-impressum.pdf>

Datenschutzerklärung

Was muss rein? Art der gesammelten Daten, Zweck der Datenverarbeitung, Rechte der Nutzer, ggf. Kontaktinformation für Datenschutzbeauftragten und Informationen, wie und wann personenbezogene Daten gelöscht werden.

Wieder finden Sie hier per Link genauere Informationen auf der WKO-Website:

[Link](#) zu „Informationspflichten nach DSGVO und TKG für Webauftritte“:
<https://www.wko.at/internetrecht/datenschutzerklaerung-checkliste-infopflichten-dsgvo-tdg-we>

Link zu einem kostenlosen Datenschutzerklärung-Generator:

<https://www.e-recht24.de/muster-datenschutzerklaerung.html>



Cookies

Was muss rein ins Cookie-Fenster? Informationen über die Art der verwendeten Cookies, deren Zweck und wie Nutzer:innen ihre Zustimmung geben oder widerrufen können.

Wichtig: Es muss technisch möglich sein, Cookies abzulehnen. Oft greifen beispielsweise Wordpress-Plugins nicht tief genug in den Code ein, um nach Ablehnung gewisse Cookies zu deaktivieren.

WKO: „Datenschutz: Cookies und Web-Analyse im Webshop“:

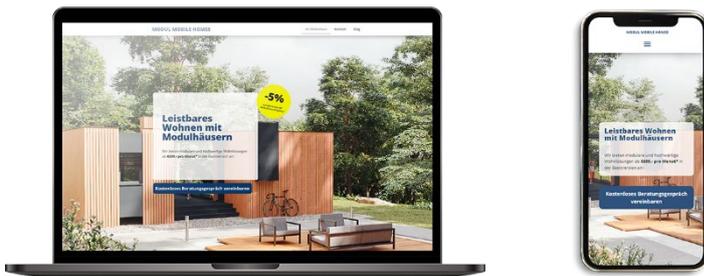
<https://www.wko.at/internetrecht/checkliste-cookies-webanalyse-webshop>

Zusammenfassung

Die Einhaltung rechtlicher Vorgaben wie Impressum, Datenschutzerklärung und Cookie-Hinweise sind gesetzlich vorgeschrieben und essenziell für den professionellen Betrieb einer Website. Die Verwendung von https stellt eine verschlüsselte Übertragung der Daten sicher. Diese Maßnahmen schaffen nicht nur Vertrauen und Sicherheit, sondern verbessern auch Ihr Ranking bei Google. Dadurch sorgen Sie für eine rechtlich einwandfreie und sichere Website, was zu mehr Besucher:innenzufriedenheit und Kund:innenbindung führt.



Tipp 4: Geräte- und Browserkompatibilität sicherstellen



Warum ist das wichtig?

In der heutigen Zeit besuchen Nutzer:innen Ihre Website über verschiedene Geräte wie Smartphones, Tablets und Desktop-Computer sowie unterschiedliche Browser. Um sicherzustellen, dass alle Nutzer:innen ein einheitliches und positives Erlebnis haben, muss Ihre Website auf allen Geräten und in allen Browsern richtig funktionieren.

Ein paar konkrete Tipps:

- **„Responsive Design“ verwenden**

Ein responsives Design passt sich automatisch an die Bildschirmgrößen des Geräts an, das die Besucher:innen verwenden.

Wird zum Beispiel auf einem PC-Monitor oder Laptop ein Design in drei Spalten angezeigt, kann man das so konfigurieren, dass beispielsweise am Handy in drei Reihen eingeordnet wird.

Link zu Tipps für Responsive Design der bekanntesten Plattformen und Eigencodierung:

Wordpress: <https://wordpress.com/go/web-design/responsive-website-design/>



Squarespace: <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/115003287447-Responsive-design>

WiX: <https://www.wix.com/studio/blog/how-to-make-a-responsive-website>

Eigencodierung:

https://www.w3schools.com/css/css_rwd_mediaqueries.asp

- **„Cross-Browser-Kompatibilität“ testen**

Verschiedene Browser (z.B. Google Chrome, Firefox, Safari, Edge) stellen Websites teilweise verschieden dar. Testen Sie Ihre Website also nicht nur auf einem Webbrowser, sondern auf möglichst vielen verschiedenen.

Link zu Auskunft von Browserkompatibilitäten bei gewissen CSS-Funktionen in Eigencodierung: <https://caniuse.com/>

- **Mobile Optimierung sicherstellen**

Mobile Nutzer:innen machen heute oft den größten Anteil der Besucher:innen aus. Stellen Sie sicher, dass Ihre Website auf Mobilgeräten gut lesbar und einfach zu navigieren ist.

Tipp: Bei den bekanntesten Website-Buildern kann man die Website meist für verschiedene Bildschirmgrößen erstellen. Testen Sie trotzdem auf einem echten Smartphone, weil manchmal die Darstellung am tatsächlichen Gerät abweicht.

- **Schnelle Ladezeiten auf allen Geräten**

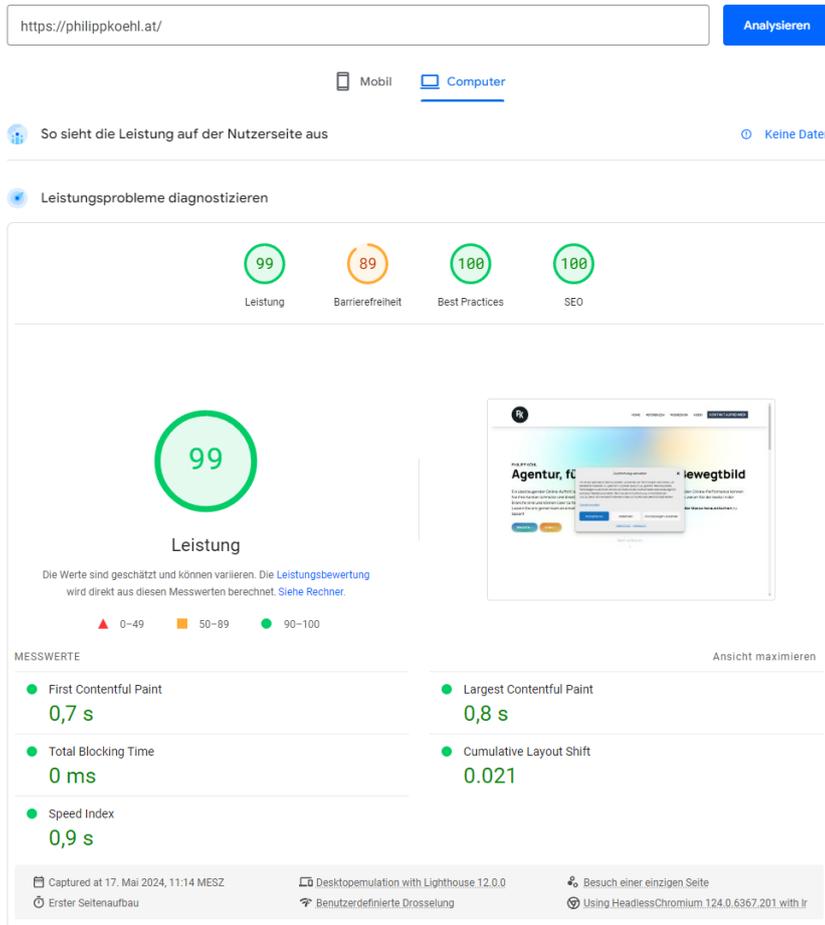
Lange Ladezeiten können Besucher:innen abschrecken, insbesondere auf mobilen Geräten.

Komprimieren Sie Ihre Bilder, installieren Sie nicht zu viele Plugins (beispielsweise auf Wordpress) und minimieren Sie bei Eigencodierung CSS und Javascript.

Link zu einer Seite, auf der Sie Ihre Website auf Schnelligkeit testen können: <https://pagespeed.web.dev/>



Auf der verlinkten Seite „PageSpeed Insights“ können Sie den Link Ihrer Website eingeben und ein virtueller Browser testet Ihre Seite auf Schnelligkeit.



Der „Leistung“-Score zeigt Ihnen die von Google geschätzte generelle Schnelligkeit an. Probieren Sie möglichst über den Score von 90 zu kommen.

Scrollen Sie auf der Seite weiter nach unten, werden Ihnen konkrete Tipps zur Optimierung gegeben.



Webdesign
aus dem Waldviertel

Zusammenfassung

Testen, testen, testen! Um sicherzustellen, dass Ihre Website auf allen Geräten und Browsern gut funktioniert, ist umfassendes Testen unerlässlich. Durch responsives Design, Cross-Browser-Tests, mobile Optimierung und schnelle Ladezeiten bieten Sie allen Nutzern ein positives Erlebnis. Probieren Sie Ihre Website auf so vielen Geräten und Browsern wie möglich aus, um sicherzustellen, dass sie überall einwandfrei funktioniert. Dies verbessert die Nutzer:innenzufriedenheit und kann zu einer höheren Conversion-Rate führen.



Tipp 5: Nutzen Sie die Hilfe von ChatGPT

Wie kann Ihnen künstliche Intelligenz helfen?

Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren enorme Fortschritte gemacht und kann Ihnen in vielen Bereichen Ihrer Website helfen. Von der Programmierung bis zur Lösung spezifischer Probleme in Content-Management-Systemen wie WordPress, WiX oder Squarespace – KI-Tools wie ChatGPT können wertvolle Unterstützung bieten.

Der Vorteil von ChatGPT gegenüber fachspezifischen Foren ist, dass die KI Ihnen die Informationen meist leichter verständlich und individuell auf Sie zugeschnitten erklären kann.

Link zur wegweisenden KI „ChatGPT“: <https://chatgpt.com/>

Tipp: Vermeiden Sie andere Chatbot Programme, die behaupten, sie sind besser oder genauer als ChatGPT. Auch gerade diese Programme verwenden als Basis Ihrer Programmierung ChatGPT, sind aber meist teurer als ChatGPT selbst.

Allgemeine Einsatzmöglichkeiten:

- **Fehlerbehebung bei Content-Management-Systemen (Wordpress, Squarespace, WiX, ...)**

ChatGPT kennt durch seine umfassende Datenbank im technischen Bereich sehr viele der üblichen Probleme und kann Ihnen individuelle Lösungsvorschläge geben.

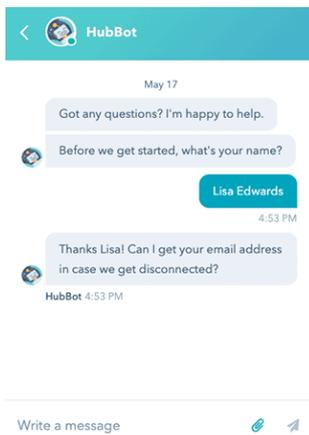
Der Vorteil hier ist, dass ChatGPT Ihnen auch sehr individuelle Lösungen geben kann, da sein technisches Wissen weit über die Grenzen des Content-Management-Systems hinaus geht.



- **Unterstützung beim Programmieren**

ChatGPT kann programmieren. Es ist in allen gängigen Programmiersprachen sehr sicher und es kann Ihnen diesen Code auch in natürlicher Sprache erklären.

- **Chatbots als Kund:innenbetreuungs-Tool**



KI-gestützte Chatbots können die Interaktion mit Ihren Besucher:innen verbessern. Sowohl entlasten Sie Ihre Kund:innen bei kleineren Anfragen als auch Ihr Unternehmen.

Sie haben die Möglichkeit, den spezifischen Chatbot Ihrer Website mit Informationen Ihres Unternehmens zu füllen. Der Chatbot kann diese Fragen dann gut verständlich und in natürlicher Sprache beantworten.

Konkrete Tipps:

- **Geben Sie sehr genaue Prompts (=Anweisungen in das Eingabefeld) ein**

Je genauer die Eingabe, desto genauer der Output des KI-Programms.

Packen Sie möglichst viel Information des Wunsches oder des Problems ein.



Ein guter Prompt hat:

- **Eine Persona:** Sie können ChatGPT in eine Rolle schlüpfen lassen. So passt sich die Art an, wie es Ihnen antwortet.
 - Beispiel: „Du bist ein Webdesign-Profi, dessen Ziel es ist, mir bei der Fertigstellung meiner Website für XY zu helfen.“
- **Kontext:** Schildern Sie Ihr Umfeld.
 - Beispiel: „Ich habe gerade begonnen meine Wordpress Seite zu gestalten und bin auf ein Problem gestoßen, das ich nicht lösen kann“
- **Eine klare Aufgabe**
 - Beispiel: „Gib mir eine Schritt-für-Schritt Anleitung wie ich Problem XY lösen kann“
- **Ton-Angabe:** Sagen Sie dem Chatbot, auf welche Art es antworten soll.
 - Beispiel: „Sprich in einfacher Sprache und erkläre Fachbegriffe“
- **Ein Bild (Optional):** Sie können ChatGPT auch einen Screenshot (z.B. der Website) beifügen.
- **Lassen Sie sich Inhalts-Tipps geben**

Oft passiert es, dass wir uns in unserem kreativen Prozess stecken bleiben. Hier kann die KI auch gut helfen. Fragen Sie Ihn nach Text-, Layout oder Design-Ideen.

Sie können in ständiger Konversation mit dem Chatbot neue Ideen vertiefen.



Webdesign
aus dem Waldviertel

Zusammenfassung

Nutzen Sie die Vorteile von ChatGPT, um Ihre Website effizienter zu gestalten und Probleme schneller zu lösen. ChatGPT kann Ihnen bei der Fehlerbehebung in Content-Management-Systemen, bei der Programmierung und durch Chatbots als Kundenbetreuungs-Tool wertvolle Unterstützung bieten. Geben Sie dabei sehr genaue Prompts ein, um präzise und hilfreiche Antworten zu erhalten. Durch die detaillierte Eingabe von Persona, Kontext, klaren Aufgaben und Ton-Angaben können Sie sicherstellen, dass die KI Ihnen bestmöglich hilft. Nutzen Sie ChatGPT auch, um kreative Blockaden zu überwinden und sich Inhalts-Tipps geben zu lassen. So heben Sie Ihre Website auf ein neues Niveau und profitieren von den Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz.



Philipp Köhl

Digitalisierung jetzt

Manchmal kann es hilfreich sein, eine zweite Meinung einzuholen oder einfach jemanden zu haben, der Sie bei der Umsetzung Ihrer Ideen unterstützt. Falls Sie das Gefühl haben, dass zusätzliche Expertise nützlich sein könnte, wissen Sie, wo Sie mich finden.