

# LAUNCH/RELAUNCH EINER CORPORATE WEBSITE CHECKLISTE

Autor: Dipl.-Des. Oliver Schwarz Inhaber  
Internetagentur schwarzdesign | www.schwarzdesign.de

Unter einer „Corporate Website“ versteht man im Gegensatz zu Microsites, Blogs oder Online-Shops den zentralen Webauftritt eines Unternehmens, der heutzutage den Dreh- und Angelpunkt der gesamten Unternehmenskommunikation darstellt.

Diese Checkliste bildet exemplarisch den Erstellungsprozess einer solchen „klassischen Unternehmenswebsite“ ab. Die einzelnen Punkte können sowohl als Handlungsanweisung als auch als Grundlage für das Briefing eines oder mehrerer Dienstleister verwendet werden. Die konkreten Umsetzungsprozesse laufen dabei gerade innerhalb der drei einzelnen Phasen nicht nacheinander ab, sondern stehen in direkter Beziehung zueinander. Deswegen ist hier eine besonders gute Abstimmung und Koordination notwendig. Viele Punkte können selbstverständlich vom Unternehmer in „Eigenleistung“ durchgeführt werden. Die Gefahr gerade in der Gründungsphase besteht aber gerade darin, sich zu übernehmen.

In jedem Fall ist es sinnvoll, im Vorfeld unverbindliche Informationsgespräche mit möglichen Dienstleistern durchzuführen. Erst danach ist z.B. eine realistische Angebotserstellung möglich.

## 01 | STRATEGIE UND KONZEPTION

### Zieldefinition

- Kommunikationsziele festlegen
- Zielgruppe(n) definieren
- regionale Ausrichtung?
- Mitbewerber analysieren
- Kundenerwartungen klären
- Mehrwerte für Kunden/Nutzer durch Website schaffen
- Ziele definieren, an denen der Erfolg der Website festgemacht werden kann

### Designentwicklung

- Kommunikationsziel und „Absender“ der Website klar herausstellen
- Corporate Design berücksichtigen
- Mediengerechte Gestaltung
- Intuitive Navigation/Nutzerführung
- Genügend Responseelemente integrieren

### Technische Anforderungen

- Aktualisierungshäufigkeit der Inhalte
- Anforderungen an die technische Umsetzung (CMS/mobile Version?)
- Auswahl geeigneter CMS/Technologie-Plattform
- Zukünftige Pflege/Weiterentwicklung der Plattform berücksichtigen
- Geeignete Domain(s)
- Geeigneten Server/Webspace

## 02 | UMSETZUNG

### Inhaltserstellung

- Redaktionsplanung
- Zeitnahe, zielgruppengerechte und professionelle
- Erstellung der Texte
- Erstellung von Fotos/Grafiken oder Videos

- Suchmaschinenoptimierung bei der Texterstellung berücksichtigen
- Übersetzungen
- Nutzungsrechte für Bild- und Grafikmaterial klären
- Impressum, Datenschutzerklärung und Haftungsausschluß
- Integration Social Media
- Schulung für das CMS

### Programmierung/Umsetzung

- Gewährleistung der Aktualität von CMS bzw. Software
- Check von Ladezeit und Browserkompatibilität
- Technische Suchmaschinenoptimierung
- Nutzbarkeit auf Handys/Smartphones
- Testen, ob Website einwandfrei ausgedruckt werden kann
- Technische Überwachung (Monitoring) der Website gewährleisten
- Aushändigung sämtlicher CMS/Server-Zugänge an den Auftraggeber

## 03 | MARKETING

### Grundlegende Maßnahmen

- Webadresse bzw. spezielle Hinweise
- z.B. in der E-Mail-Signatur kommunizieren
- Angaben in Visitenkarten, Briefbogen etc. überprüfen
- Anmeldung der Website bei gängigen Branchenportalen- und Netzwerken
- Suchmaschinenanmeldung
- Erfolgskontrolle durch Webanalyse-Software ermöglichen

### Zusätzliche Werbemaßnahmen

- Werbe-Anzeigen oder sonstige „klassische“ Kampagnen
- Newsletter-Kampagne an bestehende Kontakte
- Social Media Kampagnen
- Fremmlink-Kampagnen
- Keyword-Anzeigen bei Google (AdWords) schalten

