

# Wir brauchen eine neue Webseite – wie gehen wir vor?

## *Eine kleine Hilfestellung für Gastronomen und Hoteliers.*

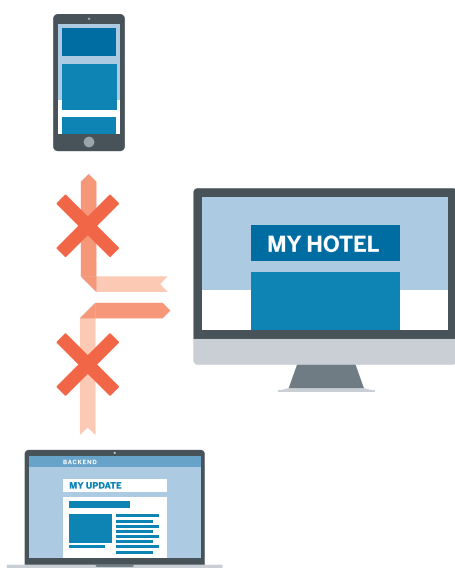
Eine attraktive und gut funktionierende Webseite ist heute unabdingbar für einen erfolgreichen Betrieb, egal ob in der Gastronomie oder der Hotellerie. Da das Thema Webseite für Laien recht komplex werden kann, bieten wir hier eine kleine Hilfestellung zu den wichtigsten Fragen, die sich Gastronomen und Hoteliers stellen.

Fachartikel von Gabriele Bryant  
Illustrationen: Nicolas Kunz

### Wann brauche ich eine neue Webseite?

Oft muss es gar keine neue Webseite sein und es genügt völlig, die bestehende Webseite zu optimieren. Es gibt auch keine allgemeingültigen «Verfallsdaten» für Webseiten. Sie brauchen jedoch eine neue Webseite, wenn:

- die bestehende Webseite nicht mobiltauglich ist,
- die bestehende Webseite eine separate Mobilversion hat, die Sie zusätzlich pflegen müssen, oder
- Sie die Inhalte (Texte, Bilder) der bestehenden Webseite nicht selbst pflegen können.



### Worauf muss ich achten, wenn ich eine neue Webseite in Auftrag geben möchte?

Vor allem für Hoteliers ist die Webseite das schlagende Herz des Onlineauftritts. Alle anderen Massnahmen sollten zu ihr führen, damit sie schlussendlich die direkte Buchung auslösen kann. Um andere Massnahmen wie zum Beispiel Google Adwords wirkungsvoll zu unterstützen und Buchungen auslösen zu können, muss die Webseite für den Onlineverkauf in Bezug auf Optik und Struktur, Inhalt und Funktion optimiert sein. Eine schöne Webseite nützt wenig ohne eine Buchungsfunktion. Und eine optimal funktionierende Webseite bringt nichts, wenn sie den Besucher nicht zuerst optisch verführen und dann inhaltlich überzeugen kann. Das kann recht komplex werden. Wir haben die wichtigsten Aspekte hier aufgeführt und sie beginnen mit der Frage nach dem Preis.



### Was kostet eine Webseite?

Je reichhaltiger Ihr Angebot, je höher Ihre Sternekategorie und Ihre Preise, desto grösser sind auch die Ansprüche an Ihre Webseite in punkto Design, Inhalt und Funktionalität. Stellen Sie den Faktor Preis aber nicht als Entscheidungskriterium in den Vordergrund. Eine superteure Webseite einer renommierten Agentur ist nicht notwendigerweise besser als die Webseite einer kleinen Agentur in der Region. Je nach Komplexität und Agentur kann eine relativ normale Webseite heute zwischen 5000 und 50000 Franken kosten. Beides sagt noch nichts über ihre Funktionalität aus. Es kommt darauf an, dass die Webseite effektiv für den Verkauf gebaut wurde. Dafür braucht es eine Kenntnis der Arbeitsschritte und Kostenfaktoren, die in der Budgetierung Ihrer neuen Webseite wichtig sind.





## Arbeitsschritte und Kostenfaktoren in der Budgetierung

### 1. Konzeption:

In diesem ersten Arbeitsschritt wird definiert, was die Webseite können und enthalten, wie sie aussehen und funktionieren muss, welche Ziele damit erreicht und welche Zielgruppen damit angesprochen werden sollen. Das Konzept wird vom Auftraggeber mit den Grafik- und Technikpartnern von A bis Z besprochen, damit alle Seiten die Anforderungen und Erwartungen kennen und entsprechend offerieren bzw. die Seite umsetzen können. Dabei ist es wichtig, dass die Verkaufsoptimierung der Webseite immer im Vordergrund steht. Die Webseite muss den Anforderungen Ihres Betriebs und Ihrer Gäste gerecht werden und nicht dem persönlichen Geschmack des Grafikpartners oder der allfälligen Experimentierlust des Technikpartners.

Teil der Konzeption ist die Definition einer eigenständigen Projektleitung, die nicht nur am Konzept mitarbeitet, sondern auch die grafische und technische Regie führt sowie Zeit und Kosten kontrolliert. Die Projektleitung kann im Betrieb angesiedelt sein. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass externe Fachpersonen die Schnittstelle zwischen Betrieb und Agentur effektiver und effizienter ausfüllen und das Projekt schlanker und schneller durchbringen.

### 2. Design:

Auf der Grundlage des Konzepts wird das sogenannte Screen Design erstellt. Es legt fest, wie die Startseite aussieht, wie die Unterseiten und die Navigation aussehen, die Links, die Buttons, Tabellen und alle anderen Details. Das Screen Design geht an die Programmierung, die damit die gesamte Webseite erstellt und die vorgesehenen Stellen anlegt und einbaut. A propos: Jede neue Webseite hat heute Responsive Design als Standard – das kostet nicht extra.

### 3. Programmierung:

Grafik und Programmierung müssen Hand in Hand arbeiten, damit für alle vorgesehenen Inhalte und Funktionen geplant werden kann. Eine Programmierung dauert je nach Komplexität und Auslastung der Agentur zwischen 2 und 8 Wochen.

### 4. Content:

Die neue, noch leere Webseite muss gefüllt werden. Dazu kann der Content der bestehenden Seite auf die neue Seite übertragen und bei dieser Gelegenheit auch gleich in-

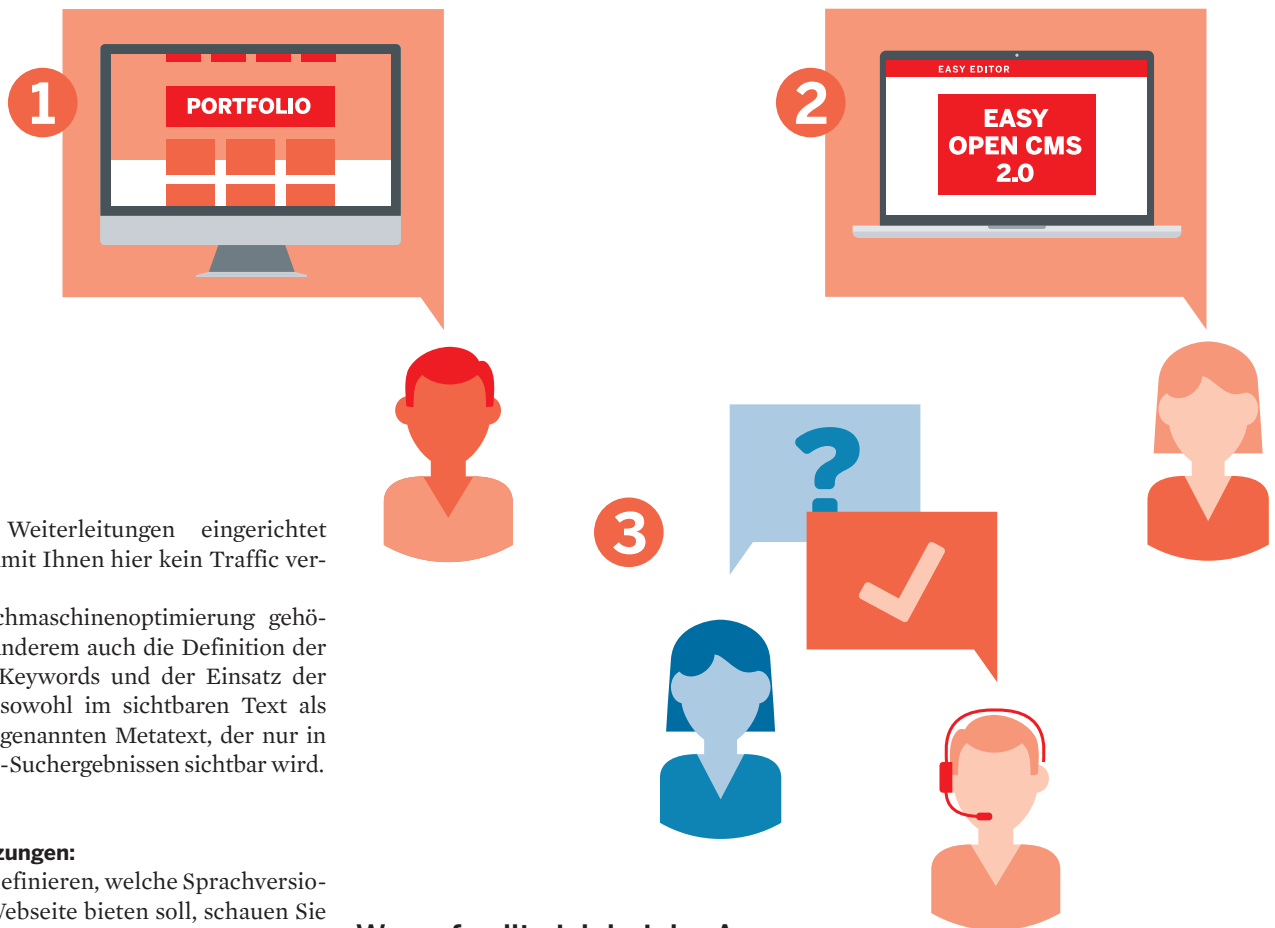
haltlich oder sprachlich überarbeitet und aktualisiert werden.

Content bedeutet einerseits Bilder: Haben Sie aktuelle Bilder aller Bereiche oder müssen neue Fotos gemacht werden? Von welchen Bereichen? Denken Sie sowohl an Voll- als auch an Detailaufnahmen und machen Sie die Vorhänge auf. Briefen Sie den Fotografen klar und begleiten Sie ihn oder sie bei der Arbeit.

Content ist natürlich auch Text: Lassen Sie Ihre Texte professionell erstellen oder überarbeiten, damit sowohl den Anforderungen von Google als auch den Bedürfnissen der Webseitenbesucher Rechnung getragen wird.

### 5. Suchmaschinenoptimierung:

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Webagentur die technischen und strukturellen Anforderungen der Suchmaschinenoptimierung nicht vergisst. Ihre neue Webseite sollte nach einem Relaunch keine Einbrüche in der Sichtbarkeit bei Google erleiden, wenn alles richtig gemacht wird. Achten Sie darauf, dass Google Analytics genutzt wird und dass bei einem Relaunch für die wichtigsten Unterseiten Ihrer bestehenden



Webseite Weiterleitungen eingerichtet werden, damit Ihnen hier kein Traffic verloren geht.

Zur Suchmaschinenoptimierung gehören unter anderem auch die Definition der wichtigen Keywords und der Einsatz der Keywords sowohl im sichtbaren Text als auch im sogenannten Metatext, der nur in den Google-Suchergebnissen sichtbar wird.

### 6. Übersetzungen:

Bevor Sie definieren, welche Sprachversionen Ihre Webseite bieten soll, schauen Sie sich nicht nur Ihre Gäste, sondern auch Ihre Google-Analytics-Auswertung an: Wie viele Besucher aus anderen Sprachregionen besuchen Ihre Seite, welche Sprachen sprechen sie? Achten Sie darauf, dass Ihre Übersetzer nicht nur übersetzen, sondern auch überzeugend texten.

Am effektivsten sind Übersetzer, die sich mit unterschiedlichen Webseitensystemen auskennen und gleich direkt im CMS arbeiten können.

### 7. Buchungsmaschine und Tischreservierungen:

Für Hotels ist eine attraktive und gut funktionierende Buchungsmaschine auf der Webseite unerlässlich. Für viele Restaurants macht eine Tischreservierungssoftware Sinn. Die Buchungsmaschine wird mit einem Code in die Webseite eingebaut. Sie sollte auf der Seite immer gut sichtbar sein und den Anforderungen Ihres Angebots in puncto Zimmerkategorien, Kindertarifen, Zusatzangeboten etc. gerecht werden.

### 8. Schulung:

Sie sollten sich und Ihre Mitarbeiter im Gebrauch und in den Funktionen Ihrer neuen Webseite schulen lassen. Nehmen Sie alle Mitarbeiter mit, die irgendwie mit der Seite zu tun haben werden, und lassen Sie sich die wichtigsten Funktionen auch schriftlich erklären.

## Worauf sollte ich bei der Auswahl einer Agentur achten?

### 1. Referenzen:

Scheuen Sie sich nicht, die Referenzen Ihrer möglichen Partner zu prüfen. Ihre neue Webseite ist eine Investition in den Verkauf, die idealerweise ein paar Jahre halten soll. Haben Ihre Partner schon Hotel- oder Restaurantwebseiten gemacht? Wie schauen diese aus und was sagen die betreffenden Hoteliers oder Gastronomen zu ihrer Webseite und zur Zusammenarbeit mit der Agentur?

### 2. Content Management System:

Ein CMS erlaubt Ihnen, Inhalte und Strukturen der Webseite jederzeit selbst und einfach zu aktualisieren. Das CMS ist idealerweise keine Eigenentwicklung einer Agentur, sondern ein sogenanntes Open-

Source-System, das Sie weitestgehend unabhängig von der erstellenden Agentur macht. Beispiele sind Typo3, Wordpress, Joomla, Drupal etc.

Im Zweifelsfall googeln Sie den Namen Ihres CMS: ein Open Source erkennen Sie an den vielen Suchergebnissen unterschiedlicher Agenturen.

### 3. Support:

Sie werden immer wieder Fragen haben, kleinere Anpassungen brauchen oder neue Mitarbeiter schulen wollen. Klären Sie die Möglichkeiten für Support von Anfang an: Bietet Ihr Partner Support auch nach der Schulung und der Fertigstellung der Seite? Was kostet dieser? Gibt es eine Flatrate oder müssen Sie pro Anruf bezahlen?



### Gabriele Bryant

ist Spezialistin im Bereich Online-Marketing und Social Media für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Neben ihrer Beratungstätigkeit ist sie als Referentin und Dozentin tätig.

[blumbryant.ch](http://blumbryant.ch)

## Kann ich eine Webseite auch selbst machen?



Ja, es gibt heute auch immer mehr Do-it-yourself-Systeme, mit denen Sie sich Ihre Webseite auf der Basis vorhandener Designs selbst zusammenbauen können. Aber auch diese Systeme sind nicht wirklich völlig gratis. Die meisten bieten eine Basiswebseite gratis oder gegen eine relativ geringe monatliche Mietgebühr. Alle zusätzlichen wichtigen Funktionen müssen extra bezahlt werden. Dazu kostet es natürlich Zeit, selbst eine Webseite zu erstellen, und je nach Ihrer Online-Affinität auch mehr oder weniger Nerven. Beispiele

für kostenlose Systeme sind Wix, Jimdo oder auch die Baukastensysteme einiger Hosting-Anbieter in der Schweiz.

Wichtig ist auch hier die Suchmaschinenoptimierung. Achten Sie darauf, dass das gewählte System technisch suchmaschinenoptimiert ist und Ihnen die nötigen Möglichkeiten für Meta-Texte bietet.

Diese Systeme eignen sich allenfalls für die etwas einfacheren Webseiten von Restaurants oder sehr kleinen Hotels. Die Einbindung einer Internet-Buchungsmaschine kann jedoch relativ komplex werden.



## Glossar

Hat Ihre Webagentur die Offerte mit Begriffen gespickt, die für Sie wie böhmische Dörfer klingen? Kein Problem – unser kleines Glossar kann helfen:

### Accessibility

Bedeutet einfach die Barrierefreiheit Ihrer Webseite: Wie gut können die Inhalte von behinderten Benutzern aufgenommen werden? Ein sogenannter Screen Reader kann zum Beispiel eingesetzt werden, der die Inhalte als Braille oder als Sprache wiedergibt.



### Browser

Der Browser ist das Programm, mit dem Sie im Internet surfen. Also zum Beispiel Windows Explorer, Firefox, Chrome ... Die Ansicht und Funktion Ihrer Webseite sollte standardmässig für alle gängigen Browser getestet werden.



### Buttons

Ein Button ist die Bezeichnung für eine klickbare, verlinkte Schaltfläche im Front End Ihrer Webseite. Der Button sollte sich optisch hervorheben, damit er als gut sichtbarer «Call to Action» funktioniert, also als Aufruf zu einer Handlung.

### CMS = Content Management System

Das CMS ist die Software, auf der Ihre Webseite samt Design, Funktionen und Content (=Inhalte) programmiert wird. Sie sollten diese Inhalte wie Texte und Bilder im sogenannten Back End selbst pflegen und auch selbst die Struktur anpassen können, z. B. eine neue Unterseite erstellen.

### CSS

Cascading Style Sheets: Steht für die Design-Definitionen der Webseite, das sogenannte Screen Design. Es wird vom Grafiker erstellt und vom Programmierer umgesetzt.

### Domain

Die Domain ist die Adresse Ihrer Webseite im Internet, die mit der sogenannten «URL» aufgerufen wird:  
<https://www.hotel-beispiel.ch>

### Drag & Drop

Ein praktisches Verfahren, mit dem Webseiteninhalte im Back End mit der Maus als Gesamtes verschoben werden können. Im Unterschied dazu bedeutet Copy & Paste, dass die Inhalte erst kopiert und dann an anderer Stelle eingebaut werden.

### Flash

Flash ist ein Grafik- und Animationsformat, das Sie auf Ihren Webseiten nicht einbauen lassen sollten. Es benötigt ein Plugin zur Ansicht und wird auf Apple-Mobilgeräten nicht angezeigt. Java Script ist ein ähnliches Format für dynamische Inhalte, das ebenfalls im Browser meist erst noch aktiviert werden muss. Auch hiervon sollten Sie Abstand nehmen, wenn es nicht einen zwingenden Grund für den Einbau gibt.

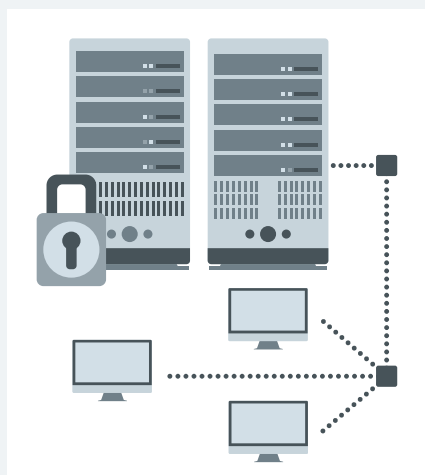


## Glossar



### Google Analytics

Sie sollten Ihren Webmaster unbedingt Google Analytics in den Code Ihrer Webseite integrieren lassen. Damit erfahren Sie viel über die Besucher Ihrer Webseite, deren Verhalten und Interessen auf Ihrer Seite. Aber auch über Ihre Seite und ihre Funktionalität: Wie lange bleiben Besucher? Wo springen die meisten ab? Welche Inhalte funktionieren?



### Hosting

Ihre Domain, also die Adresse Ihrer Webseite, muss irgendwo gehostet werden, damit sie überhaupt aufgerufen und genutzt werden kann. Es gibt sehr viele gute Hosting-Anbieter in der Schweiz. Wichtig ist, dass von Ihrer Seite regelmässig ein Backup (Sicherungskopie) erstellt wird.

### HTML

Hypertext Markup Language: steht für den Code, mit dem die Struktur der Webseite erstellt wird.

### IBE/WBE

Keine Hotelwebseite ohne IBE oder WBE: Internet oder Web Booking Engine – die separate Software, die das Buchen von Zimmern und Angeboten auf der Webseite ermöglicht. Sie wird mit einer Schnittstelle in die Webseite eingebaut, sodass sie auf das Buchungssystem verlinkt.

### Migration

Damit ist die Überführung von Inhalten von der alten in die neue Webseite gemeint oder der Umzug Ihrer Webseite zum Server eines anderen Hosting-Anbieters.

### MYSQL

Falls Ihre Webseite Daten speichern und wiedergeben können soll, z.B. Adressen, Events, News oder Ähnliches, braucht es ein Datenbankformat und das ist meist MYSQL.

### Open Source

Mit einem Open-Source-CMS sind Sie sehr unabhängig von Ihrer Webagentur, da diese Systeme weltweit bei Agenturen im Einsatz sind und ihr öffentlicher Quelltext von einer ganzen Community an Programmierern weiterentwickelt wird. Beispiele für Open-Source-CMS sind Joomla, Wordpress, Contao, Typo3, Drupal, Silverstripe etc. Die meisten CMS basieren auf der Skriptsprache PHP.

### Plugin

Manche CMS nutzen Plugins, um bestimmte Funktionen der Webseite, die über das Grundangebot des Systems hinausgehen, zu ermöglichen. Besonders Wordpress nutzt eine grosse Zahl von Plugins, von denen jedes eine regelmässig zu aktualisierende Schnittstelle des CMS nach aussen darstellt, was die Webseite verwundbar machen kann.



### Responsiv

Responsiv bedeutet, dass Ihre Webseite sich automatisch den verschiedenen Endgeräten anpasst und vom Smartphone bis Tablet, Laptop, Desktop und Smart TV jeweils optimal dargestellt wird.

### SEO

Search-Engine- oder Suchmaschinen-Optimierung besteht aus verschiedenen langfristigen Massnahmen, die Ihre Webseite technisch, strukturell und inhaltlich für Google optimieren, sodass sie besser gefunden werden kann. Ein wichtiger Teil von SEO ist der sogenannte Metatext: Inhalte, die ein Besucher Ihrer Webseite nicht sieht, die aber für Google wichtig sind. Sie werden als Metatitel und Meta Description (Beschreibung) in den Google Suchergebnissen angezeigt und sollten spezifisch und mit den richtigen Keywords für jede einzelne Unterseite Ihrer Webseite erstellt werden. Keywords sind diejenigen Begriffe, die einerseits für Ihren Betrieb stehen und andererseits auch von Nutzern gesucht werden.

### Usability

Steht für die möglichst einfache Bedienbarkeit der Webseite durch den Besucher und soll ein erfolgreiches Benutzererlebnis erzeugen. Zur Usability gehört unter anderem auch die sogenannte Navigation: die Menüführung auf der Webseite.