



Digitale Werkzeuge für einen erfolgreichen Internetauftritt

Mit welchen Maßnahmen kann ich mich als touristischer Anbieter online besser aufstellen und sichtbarer werden?

Handlungs-

empfehlungen

für Einsteiger



Hinweis



Diese Unterlagen sind für den Tourismusverband Entdeckerviertel und die von ihm gecoachten Betriebe bestimmt.

Eine Weitergabe an Dritte ist nur nach Rücksprache mit CENTOURIS möglich.

Genderhinweis: Im Interesse der Lesbarkeit wurde das generische Maskulinum gewählt. Alle Geschlechter sind jedoch gleichermaßen angesprochen – w/m/d.

Google Business Profil

Den digitalen Brancheneintrag nutzen

Was ist Google Business?

Google Business ist eine **kostenlose Dienstleistung von Google**, mit der die Webpräsenz eines Unternehmens verwaltet werden kann. Als Inhaber eines Unternehmens können Sie **selbst bestimmen, welche Inhalte Sie in Ihrem Eintrag aufnehmen möchten**. Potenzielle Gäste **erfahren somit online Wissenswertes** über Ihren Betrieb und können sich einen **ersten Eindruck von Ihrem touristischen Angebot machen**.

Was sind meine Vorteile?

Wenn Sie ein Google Unternehmensprofil anlegen, wird Ihr Betrieb **bei jeder Suchanfrage über den Google-Browser** prominent rechts oben angezeigt. Zudem erscheint Ihr Unternehmen **bei Google Maps**. Ein Eintrag bei Google Business gibt Ihnen also die Chance, Ihren Betrieb **mit wenigen Klicks** und **ohne finanziellen Aufwand im Internet zu präsentieren und zu bewerben**.



Wie erstelle ich einen Eintrag?

Eine **ausführliche Anleitung** zur Erstellung eines Google Business-Eintrags finden Sie unter <https://support.google.com/business/answer/10514137?hl=de>

Neben **grundlegenden Pflichtinformationen** (Unternehmensname und -kategorie, Adresse und Kontaktdaten, d.h. Telefonnummer und – falls vorhanden – Webseite-URL) sollten Sie Ihrem Eintrag auch **vertiefende Elemente** hinzufügen:



Informationen

Besondere Servicedienstleistungen (z.B. Barrierefreiheit) und Betriebsbeschreibung



Beiträge

Hinweis auf Aktionen und Angebote, Veranstaltungen und Neuigkeiten



Fotos

Profilbild, Logo, Titelbild und zusätzliche Fotos für einen professionellen Eindruck



Rezensionen

Sterne-Bewertungen und Q&A-Funktion zur Kundenkommunikation

Google Business

Den digitalen Brancheneintrag nutzen

Beispiel für einen professionell gepflegten Google Business-Eintrag

← **Eigene Fotos** (vom Betrieb hochgeladen), **fremde Fotos** (von Gästen hochgeladen) sowie **Google-Maps-Pin**

← **Name** (vollständiger Betriebsname), **Webseite**, **Rezensionen** (Sterne-Bewertungen) und **Kategoriezuordnung** (Betriebsart)

← **Adresse**, **Telefonnummer** und **Verfügbarkeitscheck**

← **„Preise vergleichen“-Funktion (Anzeigen) auf Buchungsportalen**

← Details zu den **Bewertungen** und **FAQ-Funktion**

← Link zur **Übernahme des Profils** (sinnvolle Funktion bei automatisiert erstellten Einträgen)

Eigene Webseite

Mit der eigenen Webpräsenz überzeugen

Warum brauche ich eine eigene Webseite überhaupt?

Heutzutage hat **jedes etablierte Unternehmen** eine eigene Webseite. Diese stärkt die **Vertrauenswürdigkeit** Ihres Betriebs: Die Homepage ist Ihre **Online-Visitenkarte** und das **Aushängeschild** eines Betriebs im Internet. Sie sollte schnell und übersichtlich die **wichtigsten Angebote und Informationen** für bestehende und potenzielle Gäste wiedergeben. Dabei sollte die Webseite auch eine **einladende und persönliche Note** vermitteln. Es ist dabei essenziell, die Webseite **aktuell** zu halten, um Gästen einen ansprechenden Einblick in Ihren Betrieb zu geben und zur **Buchung** zu animieren.

Die Onlinepräsenz der Unterkunft nur auf **Onlineportale** zu beschränken, ist **keine ausreichende Option**, denn was ist, wenn potenzielle Gäste im Internet nach Ihrer Unterkunft suchen und es außerhalb dieser Portale keine Treffer gibt? Mit Ihrer eigenen Unterkunftswebseite haben Sie die **volle Kontrolle** über die von Ihnen veröffentlichten Inhalte. Sie wollen mehr Fotos auf Ihrer eigenen Onlinepräsenz oder möchten andere Beschreibungstexte? Das ist kein Problem: Sie können **Inhalte und Design** Ihrer Webseite **selbst bestimmen**.

Wie erstelle ich eine eigene Webseite?

Eine eigene Webseite anzulegen ist heutzutage **schnell und kostengünstig** möglich. Einfachere Webseiten können z.B. nach dem **Baukasten-System** über Anbieter wie Jimdo, Wix oder Squarespace umgesetzt werden. Hier können verschiedene **Design-Vorlagen** (sogenannte Templates) ausgewählt und einzelne Abschnitte per Drag&Drop-Funktion **individualisiert** werden. Die **Einarbeitungszeit** dafür ist **gering**. Für einen kleinen Aufpreis kann i.d.R. außerdem ein **umfassender Support** dazugebucht werden.

Etwas komplexer gestaltet sich die **eigene Programmierung** der Webseite mit Hilfe von **Open-Source-Software** wie WordPress. Diese Option bietet Ihnen eine **hohe Flexibilität** bei der Gestaltung der Webseite sowie die **volle Kontrolle** über Ihre Daten. Auch wenn Sie über grundlegende IT-Kenntnisse verfügen, sollten Sie hier jedoch von Anfang **an mehr Zeit für Einarbeitung und Pflege** der Webseite einplanen oder die Programmierung in die Hände einer **professionellen Agentur** geben.

Webseiten-Baukästen

Internetseiten schnell und einfach selbst erstellen

Was sind Webseiten-Baukästen?

Mithilfe von Webseiten-Baukästen wird die **Erstellung einer eigenen Webseite erleichtert**. Derartige Systeme verfügen in der Regel über **fertige Navigations-, Text-, und Bildvorschläge**, die per Drag& Drop-Funktion mit wenigen Klicks verschoben und verändert werden können. Webseiten-Baukästen haben einen **eingeschränkten Funktionsumfang** und sind dadurch nicht nur **sofort einsetzbar**, sondern für Anwenderinnen und Anwender ohne Design- und Programmierkenntnisse **unkompliziert** in ihrer **Bedienung**.

Welche Webseitenanbieter gibt es?

Heutzutage gibt es eine **Vielzahl von Webseitenanbietern**, die sich in ihren Leistungen nur **minimal voneinander unterscheiden**. Zudem etablieren sich zunehmend immer mehr **branchenspezifische Internetbaukastensysteme**. Manche dieser Systeme bieten speziell auf eine Branche zugeschnittene **Designvorschläge** an.

Welche Vorteile bieten Webseiten-Baukästen?

- Die eigene Webseite kann innerhalb **kürzester Zeit** und **ohne großen Kostenaufwand** erstellt werden.
- Die **Handhabung** ist äußerst **intuitiv** und es sind **keine fundierten Vorkenntnisse** nötig.
- Es gibt ein **vorgefertigtes Grundgerüst**, das nach eigenen Vorstellungen angepasst werden kann.
- **Hilfe bei Problemen oder Fragen** ist durch einen Kundenservice garantiert.



Checkliste für Ihren Baukasten

Bei der Wahl eines Anbieters sollten Sie überlegen, welche **Elemente und Funktionen** Ihnen in Bezug auf die Webseite **besonders wichtig** erscheinen. Hierzu zählen:

- **Individuelles Design** nach Ihren Bedürfnissen
- **Responsive Webseiten** für alle Geräte
- Professionelle **Texterstellung**
- **Erfolgsmessung** und Monitoring
- Möglichkeit zu regelmäßigen und kostenlosen **Anpassungen**
- **Domain** und **E-Mail-Adresse** inklusive
- Kostenloser **Support**

Webseiten-Baukästen

Internetseiten schnell und einfach selbst erstellen

Welche Preismodelle gibt es?

Grundsätzlich bieten alle namhaften Webseitenanbieter **verschiedene Preiskategorien** an. Als **Faustregel** kann man sich merken: **Je mehr Funktionen** angeboten werden und **je individueller** die Web-seite gestaltet werden kann, **desto teurer** ist die (monatliche) Gebühr. In der Regel ist es zunächst aus-reichend, erst einmal mit dem Basispaket zu starten und ggf. später auf eine Version mit aufwendigeren Funktionen upzugraden.

Unverfänglich Angebote testen



Die meisten Anbieter bieten eine **kostenlose Testversion** ihres Baukastensystems an, jedoch oft nur für einen **begrenzten Anwendungszeitraum**. So können Sie ausprobieren, ob Sie mit dem Programm zurechtkommen und verschiedene Funktionen mit Ihren individuellen Daten anreichern.

Wer sind die gängigsten Anbieter?

Zu den **bekanntesten und beliebtesten Webseitenanbietern** in Deutschland gehören **Jimdo**, **Wix** und **IONOS**. Detaillierte Informationen zu ihren Leistungen finden Sie auf ihren Webseiten. Darüber hinaus gibt es mit **feratel media technologies AG** (<https://www.feratel.com/index.html>) und der **TTG** (<https://www.ttg.at/>) regionale Anbieter, die Ihnen mit Ihrem umfassenden Angebot zur Seite stehen.

Anbieter	Jimdo	Wix	IONOS
Preis	0-39 Euro pro Monat	0-177 Euro pro Monat	12-28 Euro pro Monat
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> • Version mit abmahnsicheren Rechtstexten • Optimierte für Smartphones • Schnelle Ladezeit • Angebot von E-Mail-Hosting 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Designoptionen • Animationen möglich • Optimierte für Smartphones • App Market für Erweiterungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfache Bedienung • Guter Telefonsupport • Optimierte für Smartphones • Schnelle Ladezeit • Sicherungskopien verfügbar • Angebot von E-Mail-Hosting
Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> • Eingeschränkte SEO-Tools • Beschränkte Template-Auswahl • Limitation von Anpassungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kein Wechsel von Templates möglich • Geringe Ladegeschwindigkeit • Kein Zugriff auf Quellcode möglich • Kein E-Mail-Hosting • Keine DSGVO-Vorlagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine unverbindliche Testversion • Geringe Qualität der Bilder • Kein Zugriff auf Quellcode möglich

Webseiteninhalte

Ansprechende Themen auswählen

Wie sollte meine Webseite strukturiert sein?

Grundlagen einer ansprechenden Webseite sind eine **bedienerfreundliche Struktur** und eine **intuitive Menüführung**, damit alle Inhalte von den Besucherinnen und Besuchern schnell gefunden werden können. Der **Name** und das **Logo** des Betriebs sollten **prominent platziert** sein. Stellen Sie sicher, dass alle **relevanten Informationen** (u.a. Kontaktdaten, An- und Abreisezeiten sowie Stornierungsrichtlinien) **vollständig** sind.

Wie soll ich Bilder und Texte einsetzen?



Viele Besucherinnen und Besucher lesen Texte auf Webseiten meist nicht im Detail, sondern **überfliegen** sie nur **grob**. Deshalb ist es wichtig, dass Sie eine **klare und einfach verständliche Sprache** verwenden und auf ein ausgeglichenes **Verhältnis zwischen Bildelementen und Texten** achten. Bei der Auswahl von Fotos sollten Sie auf **möglichst aktuelle Bilder mit hoher Auflösung** zurückgreifen, um einen professionellen Eindruck Ihres Betriebs zu vermitteln. Achten Sie bei der Auswahl der Fotos auch auf Einstellungen zum **Kontrast** und zur **Helligkeit**.

Inwiefern soll ich auf die Gewohnheiten der Besucher Rücksicht nehmen?

Zudem sollte eine **Kontaktmöglichkeit** außerhalb des Impressums angegeben werden. Am einfachsten lässt sich diese über ein **Kontaktformular** umsetzen, in dem auch eine Telefonnummer oder eine Emailadresse der Person, die die Frage stellt, abgefragt werden kann. Dies erleichtert Ihnen die Bearbeitung von Fragen, Anregungen oder möglicher Kritik. **Links zu Social-Media-Kanälen** bieten ebenfalls Möglichkeiten zur **Kommunikation mit Ihren Zielgruppen** und können dabei hilfreich sein, Gäste langfristig zu binden.

Da immer mehr Leute auf **mobilen Endgeräten** wie ihrem Smartphone oder einem Tablet nach Informationen zu Reisen suchen und Reisen auch oft auf diese Weise buchen, ist es sinnvoll, die Webseite im **responsiven Design** zur Verfügung zu stellen, d.h. die Inhalte der Seite **passen sich** an verschiedene Bildschirmformate **an**.

Zuletzt ist es von Vorteil, eine **Direktbuchungsmöglichkeit in Echtzeit** direkt auf der eigenen Webseite anzubieten. Wenn Sie z.B. Tbooking auf Ihrer Seite einbinden, fallen **weniger Gebühren für Sie** an als auf den gängigen größeren Buchungsportalen. Mehr Informationen hierzu finden Sie im Leitfaden „Online-Buchung“. Zumindest sollte ein **Verfügbarkeitskalender** auf Ihrer Webseite eingebunden sein, damit der Gast auf den ersten Blick erkennen kann, ob Ihr Betrieb **zur gewünschten Zeit** überhaupt **buchbar** ist.

Webseiteninhalte

Ansprechende Themen auswählen

Beispiel für eine klar strukturierte Menüführung


▼ DE

Veranstaltungen	Erlebnisse vor Ort	Regionale Erlebnisse	Übernachten	Service & Material
Kulturkalender Jährliche Höhepunkte	Geschichte Kunst Kultur Gastronomie Schifffahrt Natur & Aktiv Aktiv	Rad- und Wanderwege Wein & Genuss Ausflugsziele	Unterkunftsverzeichnis Onlinebuchung	Öffnungszeiten Kontaktformular Anfahrt und Parken Interaktive Karte Prospekte Führungen Shop

Impressum
Datenschutzerklärung
AGBs




Beispiel für ein einfaches Kontaktformular

Anrede ▼

Vorname*

Nachname*

E-Mail-Adresse*

Telefonnummer

Ihre Nachricht*

Abschicken

* Pflichtfeld

Impressum

Die eigene Webseite richtig kennzeichnen

Was ist ein Impressum?

Als Impressum bezeichnet man die **gesetzlich vorgeschriebene Herkunftsangabe** in gedruckten und digitalen Veröffentlichungen. Auf Webseiten enthält das Impressum bestimmte **Pflichtangaben zum Betreiber der Seite**.

Warum brauche ich ein Impressum?

Als touristischer Leistungserbringer besteht für Ihre Webseite eine **Impressumpflicht**, da Sie „geschäftsmäßige Online-Dienste“ anbieten (vgl. § 5 UGB, § 63 GewO & § 5 ECG). Wenn Sie **kein oder ein nur unvollständiges Impressum** auf Ihrer Webseite ausweisen, können Sie jederzeit (z.B. von Konkurrenz-betrieben oder Verbraucherzentralen) **abgemahnt** werden. Die Kosten hierfür belaufen sich in der Regel auf **zwischen 500 und 5000 Euro**.

Worauf muss ich beim Impressum achten?

Das Impressum muss laut Gesetz **einfach erkennbar, direkt erreichbar und ständig verfügbar** sein. Deshalb sollte es auf der Webseite unmissverständlich benannt und von jeder Unterseite aus unmittelbar ansteuerbar sein. Eine Einbettung z.B. als Pop-Up-Fenster ist also nicht zu empfehlen. Zu den **grundlegenden Bestandteilen** eines Impressums gehören folgende Aspekte:

- **Name**
Vor- und Nachname bei natürlichen Personen bzw. Unternehmensname, Vor- und Nachname des Vertretungsberechtigten sowie Rechtsform bei juristischen Personen
- **Anschrift**
Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort (Postfach ist nicht ausreichend!)
- **Kontaktdaten**
Emailadresse, Telefonnummer und ggf. Faxnummer
- **Zuständiges Registeramt und Registernummer**
- **Umsatzsteuer- oder Wirtschafts-Identifikationsnummer**
- **Hinweis auf und Zugang zu anwendbare(n) gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften** (falls vorhanden)

Bieten Sie Ihre Ware oder Dienstleistung **Verbrauchern** an, müssen Sie zusätzlich mit einem Link auf die EU-weit gültige **Online-Streit-beilegungsplattform** hinweisen, darüber informieren, ob Sie bereit oder verpflichtet ist, an einem Verbraucherschlichtungsverfahren teilzunehmen, und ggf. die zuständige **Verbraucherschlichtungs-stelle** (inkl. Anschrift und Webseite) nennen.

Ein allen rechtlichen Vorgaben entsprechendes Impressum für Ihre Webseite selbst zu erstellen kann sehr kompliziert sein. Daher ist es empfehlenswert, sich unter <https://www.wko.at/internetrecht/website-impressum> zu informieren, welche Anforderungen hier gelten.

Datenschutzerklärung

Gäste zum Datenschutz informieren

Was ist eine Datenschutzerklärung?

Eine Datenschutzerklärung (in der Praxis auch oft Datenschutzrichtlinie genannt) unterrichtet Besucher der Website über die **Erhebung, Übermittlung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten**. Hierzu zählen u.a. IP- oder Emailadresse, Standortdaten, Name und Alter. Nahezu alle Webhosting-Anbieter (z.B. IONOS von 1&1 oder Jimdo) verarbeiten personenbezogene Daten, z.B. beim Einsatz von Tracking-Tools, Plug-ins oder bei externem Hosting. Datenschutzerklärungen sind erforderlich, damit die **Datensouveränität von Verbrauchern** gewahrt bleibt.

Warum brauche ich eine Datenschutzerklärung?

Eine **vollständige, transparente und korrekt formulierte** Datenschutzerklärung ist zwingend notwendig, da sonst leicht **Abmahnungen** in Höhe von **mehreren Hundert bis Tausenden Euro** oder gar **Geldbußen** und **Schadensersatzforderungen** (theoretisch bis hin zu **20 Mio. Euro**) drohen können. Rechtliche Grundlage hierfür ist die seit 2018 EU-weit gültige **Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)**.

Alle Datenschutzerklärungen auf Webseiten müssen nun **DSGVO-konform** sein.



Worauf muss ich bei der Datenschutzerklärung achten?

Die Datenschutzerklärung muss in **einer einfachen und verständlichen Sprache** verfasst und ihr Inhalt auf den jeweiligen Umgang mit den personenbezogenen Daten **genau abgestimmt** sein. Eine allgemeingültige Vorlage gibt es also nicht. Um eine **rechtskonforme und individuell an Ihre Website angepasste Datenschutzerklärung** zu erarbeiten, ist die Nutzung einer Checkliste unter <https://www.wko.at/internetrecht/datenschutzerklaerung-checkliste-infopflichten-dsgvo-tkg-we> empfehlenswert. Nur auf diese Weise können Sie sicher sein, alle Inhalte abzubilden, die Sie tatsächlich benötigen.

Da viele Datenschutzerklärungen aufgrund ihrer Komplexität sehr lang und kompliziert zu lesen sind, empfiehlt das Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz zudem, einen **„One-Pager“** zur Verfügung zu stellen. Dabei handelt es sich um ein einseitiges Dokument, das einen **Überblick über die wichtigsten Informationen** zur Datenverarbeitung auf Ihrer Website gibt. So können Sie **Transparenz signalisieren** und bei Ihren Website-Besuchern **größeres Verständnis** für die Datenverarbeitung schaffen.

HTTPS-Standard

Sicherheit im Internet garantieren

Was bedeutet HTTPS?

Die Abkürzung HTTPS steht für „Hypertext Transfer Protocol Secure“ (zu deutsch „Sicheres Hypertext-Übertragungsprotokoll“). Bei HTTPS ist die **Kommunikation zwischen Webclient** (d.h. dem Webbrowser) **und dem Webserver verschlüsselt**. Im Gegensatz zur Vorgängerversion HTTP nutzt HTTPS dafür ein **besonderes Transportprotokoll** (SSL/TLS). So wird es Hackern erschwert, Datenströme auszulesen und mitzuverfolgen.

URLs von Webseiten, die HTTPS verwenden, beginnen mit **https://**. In der Adresszeile im Browser erscheint häufig ein **grünes Schloss-Symbol**, das die erfolgreiche Verschlüsselung darstellen soll, wenn man sich auf einer Webseite mit HTTPS befindet.

Warum sollte ich HTTPS verwenden?

Die europäische **Datenschutzgrundverordnung** (DSGVO) schreibt vor, dass Webseiten **auf dem neuesten Stand der Sicherheit** gehalten werden müssen. Konkret bedeutet das: Sie **müssen** HTTPS verwenden, wenn Sie z.B. über ein Kontaktformular oder für eine Newsletter-Anmeldung **personenbezogene Daten** wie Namen, Emailadressen oder Anschriften erheben. Für die Verwendung des **veralteten** HTTP-Standards können Sie in diesen Fällen sogar **abgemahnt** werden.

Zudem ist es möglich, dass Nutzer Webseiten ohne HTTPS gar nicht mehr ansteuern (können), da ihr Virenschutzprogramm eine **Warnung anzeigt** oder gar den **Zugriff verweigert**. Das bedeutet im schlimmsten Fall, dass Ihre Gäste Sie **online nicht mehr finden** können. Des Weiteren wirkt sich HTTPS **positiv auf das Google-Ranking** aus, d.h. die Platzierung Ihres Betriebs in den Google-Suchergebnissen verbessert sich.

Wie gehe ich bei der Einrichtung von HTTPS vor?

Um eine Webseite auf HTTPS-Verschlüsselung umzustellen oder nach aktuellen Standards neu anzulegen, benötigen Sie zunächst ein **Sicherheitszertifikat**. In der Regel können Sie sich bei Ihren Web-hosting-Anbieter (z.B. IONOS von 1&1 oder Jimdo) über verschiedene **kostenfreie und kostenpflichtige SSL-Zertifikate**, die sich im Umfang der Identifizierung unterscheiden, informieren. Ihr Hosting-Dienstleister kann Sie auch bei der **Installation** des SSL-Zertifikats auf dem Server und der anschließen-den **Konfiguration** beraten.

Vor, während und nach der Umstellung bzw. der Einrichtung müssen **verschiedene Dinge beachtet** werden, damit es zu keinen größeren Ausfällen der Webseite kommt. Dazu gehören u.a. das Erstellen eines Backups, die Änderung interner und externer Links und Weiterleitungen und die Aktualisierung der Seitenübersicht. Hosting-Anbieter stellen hierzu oftmals **Checklisten** und **Tutorials** zur Verfügung. Einen Überblick über die Schritte hin zu einer erfolgreichen HTTPS-Verschlüsselung finden Sie z.B. [hier](https://tinyurl.com/ionos-digitalguide) (https://tinyurl.com/ionos-digitalguide) oder [hier](https://tinyurl.com/ssl-zertifikat) (https://tinyurl.com/ssl-zertifikat).

Google Analytics

Datenverkehrsanalyse leicht gemacht

Was ist Google Analytics?

Google Analytics ist ein **Trackingtool** von Google, mit dem **Webanalysen** durchgeführt werden können. Es handelt sich dabei um ein Grundlagenwerkzeug, das Ihnen ermöglicht, **detaillierte Statistiken zum Nutzerverhalten** auf Ihrer Webseite zu erstellen und auszuwerten. Hierzu zählen Informationen wie die Sitzungsdauer oder die Absprungrate.

Warum soll ich Google Analytics nutzen?

Google Analytics hilft Ihnen, **wichtige Indikatoren zu messen und zu dokumentieren**. Dazu gehören der **Standort** und die **Spracheinstellungen** des Besuchers sowie Informationen zum **Browser** und zur Art des **Endgeräts**, mit dem auf die Webseite zugegriffen wird. Darüber hinaus können Sie erfahren, **wie viele Besucher für wie lange** auf Ihrer Webseite waren und nach welchen **Begriffen** von ihnen im Vorfeld gesucht wurde. Kommt ein Besucher über einen speziellen **Link** auf Ihre Webseite, lässt sich auch dies über Google Analytics nachvollziehen.

Auf der Basis dieser Informationen können Sie Ihre Webseiteninhalte auf bestimmte **Zielgruppen** abstimmen oder den Erfolg von **Werbemaßnahmen** beurteilen. Besuchen z.B. viele Personen zwischen 30 und 50 Jahren Ihre Webseite, ist dies ein Hinweis darauf, dass es sich empfiehlt, Informationen zur Familienfreundlichkeit aufzunehmen.

Wie richte ich Google Analytics ein?

Um Google Analytics verwenden zu können, müssen Sie **folgende Schritte** befolgen:

- Bei **Google Analytics** (<https://analytics.google.com/>) mit Google-Konto anmelden bzw. dieses neu erstellen
- **Verknüpfung** zwischen Google Analytics-Konto und Google-Konto vornehmen
- **Namen** Ihres Kontos festlegen und **Datenfreigabe** anpassen
- **Analysegegenstand** auswählen („Web“, „Google Apps“ oder „Apps und Web“)
- **Property-Einstellungen** vornehmen
- **Nutzungsbedingungen** akzeptieren
- **Einstellungen für Email-Kommunikation** bearbeiten

Google Lighthouse

Webseitenqualität messen

Was ist Google Lighthouse?

Google Lighthouse ist ein **kostenloses Tool**, mit dem Sie die **Qualität Ihrer Webseite überprüfen** können. Metriken zur technischen Leistung Ihrer Webseite, die auf andere Art und Weise schwierig zu erheben wären, sind Ihnen so **in gesammelter Form** und **anschaulich aufbereitet** zugänglich:

Das Tool vergibt pro überprüfem Teilbereich **bis zu 100 mögliche Punkte** und sortiert die Seite jeweils über ein **Ampelsystem** in den **unteren** (0-49 erreichte Punkte; rot), **mittleren** (50-89 Punkte; gelb) oder **oberen Bereich** (90-100 Punkte; grün) ein.

Warum soll ich Google Lighthouse nutzen?

Google Lighthouse hilft Ihnen dabei, Ihre Webseite so zu optimieren, dass sie für Ihre Gäste **einfach zu finden** und **problemfrei zu navigieren** ist. Das Tool liefert Ihnen mit wenigen Klicks Informationen zu folgenden Teilbereichen:

- Der **Performance**-Wert gibt an, wie schnell eine Webseite lädt und wie schnell die Besucherinnen und Besucher die Seiteninhalte nutzen können. Hierzu zählen z.B. Informationen, wann die Hauptinhalte der Seite sichtbar sind und die Seite voll interaktionsfähig ist.
- Im Bereich **Accessibility** wird geprüft, wie barrierefrei Ihre Webseite ist. Dazu gehören z.B. alternative Texte in den Bildbeschreibungen, Sprachausgaben oder die Benennung von Links und Buttons. So können auch Menschen mit Einschränkungen auf Ihrer Webseite erfolgreich navigieren.
- Der Wert zu den **Best Practices** bezieht sich auf die Sicherheitsaspekte der Webseite. Es wird z.B. überprüft, ob der HTTPS-Standard genutzt wird, unsichere Befehle in der Programmierung zu finden sind oder die eingebundenen Ressourcen aus sicheren Quellen stammen.
- Im Bereich **SEO** (Search Engine Optimization) erfahren Sie, wie gut die Webseite von Suchmaschinen gefunden wird. Hiervon hängt die Platzierung der Seite in den Suchergebnissen ab.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, **Progressive Web Apps** (PWA) zu testen. Dies ist empfehlenswert, wenn Sie z.B. eine responsive Webseite anbieten, die bereits Eigenschaften einer nativen App (d.h. Anwendungen auf mobilen Endgeräten) besitzt.

Wie richte ich Google Lighthouse ein?

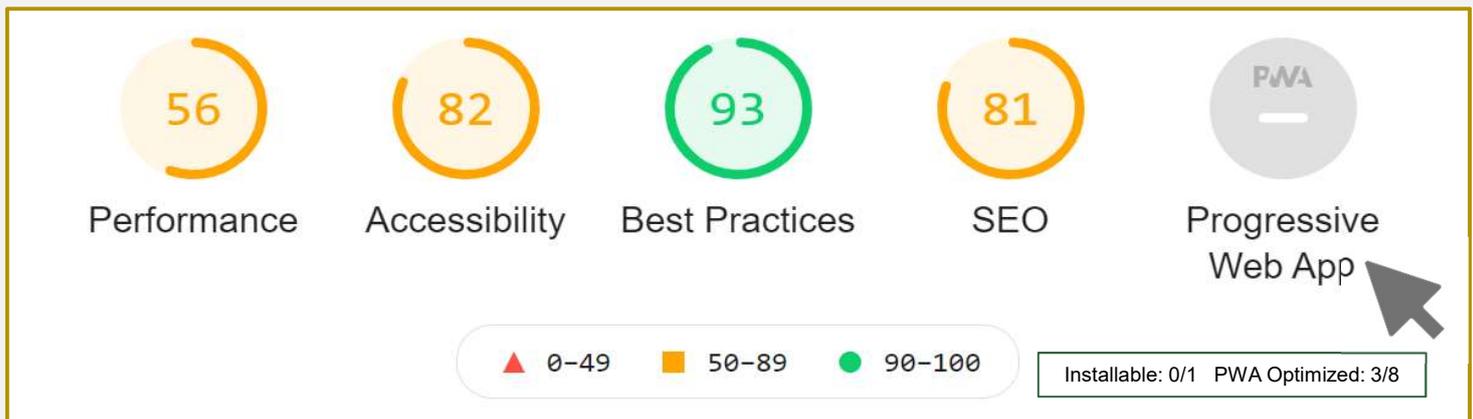
Sie können Lighthouse [hier](https://tinyurl.com/google-lighthouse) (https://tinyurl.com/google-lighthouse) als Add-on in Ihren Browser hinzufügen. **Rechts neben der URL-Zeile** Ihres Browsers erscheint nun ein kleines **Leuchtturm-Symbol**; evtl. müssen Sie vorher auf ein Puzzlestück-Symbol klicken, damit Ihnen Google Lighthouse in Ihren Erweiterungen angezeigt wird.

Öffnen Sie nun Ihre Webseite und klicken Sie auf das Leuchtturm-Symbol. Nun erscheint ein kleines Fenster, in dem Sie auf den **Button „Generate Report“** klicken können. Wenn Sie dies getan haben, startet die Analyse. Nach ca. zehn Sekunden erscheinen dann die Werte zu Ihrer Webseite. Sie können die Analyse **beliebig oft** für alle **Webseiten Ihrer Wahl** durchführen.

Google Lighthouse

Webseitenqualität messen

Beispiel für eine Analyse



Die überprüfte Webseite schneidet **besonders gut im Bereich Best Practices** ab. In Hinblick auf die **Performance** gibt es hingegen noch **Verbesserungsbedarf**. Bei der **Suchmaschinenoptimierung** sowie der **Barrierefreiheit** fährt die Webseite eher hohe Werte ein, doch auch hier lohnt sich ein Blick in die **Detailauswertung**.

Opportunities — These suggestions can help your page load faster. They don't [directly affect](#) the Performance score.

Opportunity	Estimated Savings
▲ Reduce initial server response time	2.11 s
▲ Properly size images	2.1 s
▲ Eliminate render-blocking resources	1.89 s
▲ Serve images in next-gen formats	1.8 s
■ Defer offscreen images	0.6 s
■ Remove unused JavaScript	0.45 s
■ Minify JavaScript	0.3 s
■ Remove unused CSS	0.3 s

Google Lighthouse zeigt Ihnen für jeden Bereich **Details** und in Teilen sogar **konkrete Verbesserungsvorschläge** an, wie z.B. hier für die Performance. Die Erklärungen stehen aktuell nur **auf Englisch** bereit und dienen als Informationsgrundlage insbesondere für Personen mit ersten **Erfahrungen in der Webprogrammierung**.

Fährt man mit dem Mauszeiger über den grauen Bereich für die **Progressive Web App**, so erscheinen die Werte in den Unterkategorien **Installable** sowie **PWA Optimized**. Bei Installable kann maximal ein Punkt erreicht werden, bei PWA Optimized sind es acht Punkte. Die überprüfte Webseite kann lediglich drei Punkte bei PWA Optimized verbuchen.

Wichtiger Hinweis

Die Werte, die durch Google Lighthouse ermittelt werden, hängen nicht nur von der **Qualität der Webseite** ab, sondern werden auch von **externen Faktoren** wie der Internetverbindung des Geräts, mit dem die Analyse durchgeführt wird, oder der Art des Geräts (d.h. PC, Smartphone oder Tablet) beeinflusst. Es bietet sich also an, die Analyse **von mehreren Personen über verschiedene Endgeräte** durchführen zu lassen, um ein verlässliches Gesamtbild zu erhalten.

Online-Buchbarkeit

In Echtzeit buchbar werden

Was ist eine Online-Buchung?

Online-Buchungen beschreiben Buchungen, die im Internet **in Echtzeit** getätigt werden. Anders als bei einer „Buchung auf Anfrage“ tätigt der Gast eine für beide Parteien **verbindliche Buchung**. Alle **buchungsrelevanten Informationen**, wie z.B. An- und Abreisezeiten, Zahlungsinformationen und Stornierungsbedingungen werden vorab im Pflegesystem hinterlegt.

Welche Vorteile bringt die Online-Buchbarkeit?



Bereits **über 80%** der Kurzurlauber **buchen ihren Aufenthalt auf digitalem Weg** (Quelle: VIR 2022). Die Online-Buchbarkeit bietet somit einen **gästeorientierten Service**, der es Gästen ermöglicht, mit wenigen Klicks herauszufinden, ob eine Unterkunft verfügbar ist und zu welchen Konditionen.

Einer der größten Pluspunkte der eigene Webseite ist für Ihren Betrieb, dass Sie darüber **Direktbuchungen** annehmen können. Das heißt, **keine hohen Extrakosten oder Servicegebühren** mehr für Sie als Vermieter oder Ihre Gäste! Vor allem wiederkehrende Stammgäste ziehen es vor, direkt beim Anbieter zu buchen, statt den Umweg über ein Buchungsportal zu nehmen.

Häufig findet der Gast die **betriebseigene Webseite** des Gastgebers über **Umwege**. Meist sucht der potenzielle Gast nach einer Unterkunft und findet Ihren Betrieb auf einem **Buchungsportal**. Der Gast kennt jetzt den Namen und die Lage Ihres Betriebs und kann **gezielt nach Ihrer Unterkunft suchen**. Daraufhin findet der Gast Ihre Webseite. Dank des **Direktbuchungslinks** auf Ihrer Homepage kann der Gast direkt prüfen, ob eine Anreise zum gewünschten Zeitraum möglich ist und kann **direkt einbuchen**. Hierfür ist es für den Gast wichtig, dass er die **gleichen Serviceleistungen und Angebote** findet wie auch auf den Buchungsportalen.

Der große Vorteil für den Gast ist, dass dieser die **Buchung zu jeder Tages- und Nachtzeit** vornehmen kann. Der Vorteil für Sie als Gastgeber ist, dass Ihnen der Buchungslink die **Zeit erspart**, welche Sie mit dem Beantworten von Anfragen verbringen. Sobald der Gast die Buchung auf der Webseite getätigt hat, erhalten Sie eine automatisch erstellte **Buchungsbestätigung mit den Kontaktdaten des Gastes** per Email zugeschickt.

Wie behalte ich den Überblick über verschiedene Portale?



Zur **Verwaltung Ihrer Kapazitäten, Preise und Verfügbarkeiten** gibt es Systeme wie **Deskline** von Feratel. Sie zahlen dann üblicherweise nur eine **erfolgsabhängige Provision**, die vom durch den Gast jeweils genutzten Buchungskanal (z.B. Booking oder TVE-Webseite) abhängt.

Kontaktieren Sie den **Tourismusverband** für mehr Informationen!

Bildauswahl und -qualität

Webseiten mit Fotos passend bebildern

Welche Voraussetzungen sind für ein gutes Bild entscheidend?

Die richtige **Belichtung** bei der Aufnahme von Bildern ist essentiell. Fotos, die gegen die Sonne oder mit Blitzlicht gemacht werden, sind weniger geeignet als Bilder, welche mit **künstlicher Beleuchtung** und somit „kaltem“ Licht geschossen werden. Das Arbeiten mit hauseigenen Lampen ist hierfür sogar meist ausreichend, solange eine **Überbelichtung vermieden** werden kann. Für natürliches Licht kann gesorgt werden, indem z.B. die Gardinen im Zimmer leicht oder komplett geöffnet sind.

Darüber hinaus ist auch der **Aufnahmewinkel** wichtig. Bei der Aufnahme eines Zimmers sollte z.B. darauf geachtet werden, dass man nicht nur einzelne Gegenstände im Raum sehen kann, sondern mindestens ein Bild in der Galerie vorhanden ist, über das potentielle Gäste einen **Gesamtüberblick über die Räumlichkeit** bekommen. Auch Bilder von der Außenansicht des Gebäudes sollten den Besucherinnen und Besuchern als **Orientierungshilfe** zur Verfügung gestellt werden und folgende Fragen beantworten:

- Auf welcher Seite der Unterkunft hat man einen schönen **Ausblick**?
- Wo befindet sich der **Eingang**?
- Welchen grundsätzlichen **Eindruck** macht der Betrieb von außen?
- In welcher **Umgebung** befindet sich der Betrieb?

Bei Fotos aus Bädern, Spa-Bereichen und ähnlichen Räumlichkeiten ist zusätzlich darauf zu achten, dass **Spiegelungen**, in denen der Fotograf zu sehen ist, **vermieden** werden.

Wie kann ich meine Bilder passend einsetzen?

Verschiedene Anordnungen, Formate und Filter, die auf Ihre Bilder angewendet werden, können **unterschiedliche Wirkungen** auf die Besucherinnen und Besucher der Webseite haben. Deshalb folgen nun einige Beispiele, wie Sie Ihre Webseite am besten in Szene setzen können:



- Eine **Schleife verschiedener Bilder**, die sich von selbst abspielt, lenkt die Aufmerksamkeit der Gäste direkt auf die Impressionen, wodurch sie einen umfassenden Einblick in den Charakter der Unterkunft erhalten.
- **Panoramabilder** bleiben lange im Gedächtnis und können bei potenziellen Gästen Urlaubsgefühle auslösen.
- **Farbabstimmungen** (wie die Nutzung von braunen/grauen oder weißen/goldenen Tönen) sorgen dafür, dass die Webseite schlicht und entspannend wirkt. Dunkle Farbkombinationen mit Schwarz und Dunkelrot gelten als stilvoll und markant, können jedoch auch schnell düster wirken.

Bildauswahl und -qualität

Webseiten mit Fotos passend bebildern

Welches Format und welche Auflösung sollten meine Bilder haben?

Die meisten Webseiten nutzen für ihre Online-Impressionen das **Breitbildformat**, da so mehr Details dargestellt werden können. Das Format kann jedoch je nach Webseitenlayout individuell angepasst werden. Voraussetzung für ein gefälliges Foto ist zudem die **Bildschärfe**: Für Internetauftritte reichen meist Bilder mit eher niedriger Auflösung („low resolution“ bzw. „lo res“). Diese können bereits mit **einfachen Fotoapparaten und allen gängigen Smartphones** aufgenommen werden. Generell ist eine möglichst hohe Bildschärfe nicht in jedem Fall zu empfehlen, da diese die Ladezeiten der Webseite beeinträchtigen kann. Dennoch muss eine Mindestschärfe gewahrt bleiben, damit die Bilder auch in vergrößerter Form scharf zu sehen sind und nicht „verpixeln“.

Welche Bildgröße ist für meine Zwecke konkret empfehlenswert?

Die Bildgröße beschreibt die **Anzahl der Pixel** und ist entscheidend für die Qualität eines Bildes. Je nach Medium gilt allerdings eine andere Größe als ideal. Grundsätzlich gilt: je mehr Pixel pro Zoll (px), desto höher ist die Auflösung eines Bildes. Trotzdem sollte die **Höchstgröße von 2000px** nicht überschritten werden. Für **Webseiten** liegt die ideale Bildgröße üblicherweise **zwischen 600 und 2000px**.

Um ein möglichst passendes Bildmaß auswählen zu können, ist es wichtig zu wissen, **an welcher Stelle** man ein Bild einfügt. Fügt man ein Foto...

- ... **neben einem Text** ein und soll das **Bild nicht vergrößert** werden können: **200-300px**
- ... **neben einem Text** ein und soll das Bild **vergrößerbar** sein: **600-2.000px**
- ... als **freistehendes Bild** ein, das sich über die Breite der Webseite erstreckt: **600-2.000px**

Wie kann ich meine Bilder bei Bedarf bearbeiten und anpassen?

Wollen Sie nun ein Bild auf Ihrer Website einpflegen, das noch nicht die gewünschten Maße hat, so lässt sich dies **mit wenigen Handgriffen ändern**. Kostenlose Programme wie IrfanView oder GIMP sowie professionelle (kostenpflichtige) Fotobearbeitungsprogramme wie Adobe Photoshop erlauben, Bilder schnell und unkompliziert so zu **komprimieren**, dass die Größe Ihren Bedürfnissen entspricht.



Ebenso können Sie Ihre Fotos nach Bedarf **zuschneiden** und anderweitig **bearbeiten**. So können nicht ausreichend ausgeleuchtete Bilder mit den oben genannten Programmen durch **veränderte Belichtungs- und Kontrasteinstellungen** besser erkennbar gemacht werden. Auch eine **Begradigung des Horizonts** ist manchmal notwendig. Je nach Programm steht Ihnen eine **Vielzahl an Optionen** zur weiteren Bearbeitung Ihrer Fotos offen. So können Sie Ihre Bilder farblich **einfärben**, **freistellen** und verschiedene **künstlerische Effekte** einfügen.

Bildauswahl und -qualität

Webseiten mit Fotos passend bebildern

Alternative: Vektorgrafiken



Im Gegensatz zu Pixelgrafiken bestehen Vektorgrafiken aus **mathematischen Formeln**, welche die Farben, Formeln und Konturen des Bilds beschreiben. Dadurch zeichnen sie sich durch **unbegrenzte Skalierbarkeit bei gleichbleibender Qualität** aus, d.h. man kann sie **vergrößern, ohne an Bildqualität zu verlieren**. Aus diesem Grund sind Vektorgrafiken besonders für den Einsatz auf Webseiten geeignet, die häufig über **mobile Endgeräte** aufgerufen werden. Auch bei **Schaubildern** oder **Logos** kommen Vektorgrafiken häufig zum Einsatz. Vektorgrafiken können mit verschiedenen **Programmen** in wenigen Schritten erstellt werden, so z.B. mit dem professionellen Grafik- und Zeichenprogramm Adobe Illustrator oder mit Inkscape als kostenlose Alternative.

Welches Dateiformat ist ideal?

Für die Verwendung auf Webseiten sind v.a. die Rastergrafik-Dateiformate **JPG** und **PNG** wichtig. **JPGs** (auch JPEGs genannt) sind weit verbreitet und zeichnen sich durch ihre **geringe Dateigröße** aus. Sie sind besonders als **Vorschaubilder** und für Inhalte geeignet, die **per Download** zur Verfügung gestellt werden sollen. Auch für **Drucksachen** bietet sich das JPG-Format an.

PNG ist das zweithäufigste Bildformat und eignet sich besonders für Webdesigns, Logos, Illustrationen und Grafiken. PNGs können **ohne Qualitätsverluste stark komprimiert** werden, sodass Sie auch hier mit sehr kleinen Dateigrößen arbeiten können. Vorteilhaft sind PNGs insbesondere für **transparente Webgrafiken** und wegen ihrer **großen Farbtiefe**.

Sollten Sie mit Vektorgrafiken arbeiten, kommen auch andere Bildformate in Betracht. Einen detaillierten Überblick über die Vor- und Nachteile verschiedener Rastergrafik und Vektorgrafikformate finden Sie [hier](https://www.canto.com/de/blog/bildformate/) (https://www.canto.com/de/blog/bildformate/).

Team & Nachweise

DIGICHECK-Team

Institut CENTOURIS

0851 509-2431

centouris@uni-passau.de

www.centouris.de



Interesse an einer Beratung?

Sollten Sie in dieser Übersicht ein **Thema vermissen** oder **Fragen haben**, können Sie direkt auf uns zukommen. Gerne entwickeln wir mit Ihnen **gemeinsam** einen Leitfaden, der Ihnen (und anderen Betrieben) beim Einsatz digitaler Marketingmaßnahmen eine **Hilfestellung** bietet!

Impressum

Universität Passau

Institut CENTOURIS

Innstraße 41

94032 Passau

www.centouris.uni-passau.de

centouris@uni-passau.de

Bildnachweis

CENTOURIS (<https://www.centouris.de/>)

IconBros (<https://www.iconbros.com/>)