

Webdesign/Webgestaltung – Checkliste für Auftraggeber

© Copyright 2011 FeelFree Coaching&Consulting
Vervielfältigung nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung.

Diese Checkliste soll dem Auftraggeber einer Website die Auftragsvergabe wie auch die detaillierte Abnahme der Leistungen des Webdesigners/Webgestalters erleichtern. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit in allen Punkten.

Da jeder Webauftritt einzigartig ist, müssen die einzelnen Punkte je nach Projekt gewichtet werden.

Die folgenden Fragen sollten bereits geklärt sein:

- Welches Thema soll die Website haben?
- Welche Besucher sollen mit der Website angesprochen werden?
- Welches Ziel hat die Website?
- Welche Keywords sind für die Website relevant?

Inhaltsverzeichnis

Webdesign/Webgestaltung – Checkliste für Auftraggeber	4
Allgemeine Anforderungen	4
Rechtschreibung/Ausdrucksweise.....	4
Rechtliche Aspekte.....	4
Favicon.....	4
Sitemap.xml	4
Seitenübersicht	4
404-Handling	4
Sicherheit	4
Ladegeschwindigkeit	4
Robots.txt.....	4
Analyse-Tools (z. B. Google Analytics, PIWIK, awstats)	5
Alt-Texte Bilder	5
Meta-Tags.....	5
Benutzerfreundliche URLs	5
Bilder WEB-optimiert.....	5
Backup/Recovery	5
Externe Links valide	5
Browser Kompatibilität	5
Komprimierung statischer Dateien	5
Kontaktformular/Email Funktion	5
Druckfunktion	5
Redesign: Redirect eingerichtet	6
Canonical URL	6
Grundregeln der Benutzerfreundlichkeit (Usability)	6
Text statt Grafik	6
Obere linke Ecke.....	6
Das "F"	6
Bannerwerbung	6
Zahlen und Ziffern	6
Ermüdungsfreies Lesen.....	6
Die Überschrift	7
Anhaltspunkte	7

Checkliste - Webdesign/Webgestaltung

Kurze Absätze	7
Bilder und Animation	7
Intuitive Navigation.....	7
Orientierung.....	7
Füllgrad der Website	7
3 Klicks-Regel	7
Einfache Grundregeln zur Barrierefreiheit (Accessibility)	8
Technische Standards.....	8
WEB 2.0	8
Die "Sprache".....	8
Tabulator statt Maus	8
Navigation mit CSS	8
Animation	8
Feste Schriftgröße.....	8
Positionierung von Elementen.....	8
Alt-Texte	9
Captcha	9
Farbfehlsichtigkeit.....	9
Empfehlenswerte Analyse-Tools	10
Web Page Performance Test.....	10
W3C CSS-Validator	10
W3C HTML-Validator	10
Seitenreport.....	10
Google Adwords	10
SEO-Website-Analyse.....	10
WAVE - web accessibility evaluation tool.....	10
Browserkompatibilitätstest.....	10
Backlink-Checker	10
Section 508 WAI.....	10
Checkliste als Tabelle	11

Webdesign/Webgestaltung – Checkliste für Auftraggeber

Allgemeine Anforderungen

Rechtschreibung/Ausdrucksweise

Ist die Seite frei von Rechtschreibfehlern? Entspricht die Ausdrucksweise der Zielgruppe der Website?

Rechtliche Aspekte

Impressum von jeder Seite erreichbar. AGB für Business-Website vorhanden. Datenschutzerklärung. Ist das Copyright bei Bildern geklärt? Hinweis auf Google Analytics, PIWIK, ...

Favicon

Ist ein individuelles Favicon (die kleinen Symbole, die in den Tabs erscheinen) eingebunden?

Sitemap.xml

Die Sitemap.xml überträgt Informationen über Seiten der Website an Suchmaschinen.

Seitenübersicht

Die Seitenübersicht oder Sitemap listet alle Seiten einer Website auf.

404-Handling

Werden nicht vorhandene Seiten einer Website abgefangen?

Sicherheit

Aktuelle Software-Versionen eingesetzt? Konfigurations-Dateien abgesichert? Sichere Passwort-Übertragung? Kommunikation per https?

Ladegeschwindigkeit

Wie schnell oder langsam lädt die Seite? Bitte dabei an Besucher mit langsame Verbindung denken (Modem, Mobile).

Robots.txt

Die robots.txt legt fest, ob und wie die Website von Crawlern (Scuhrobotern) besucht wird. Sie hat allerdings nur empfehlenden Charakter.

Analyse-Tools (z. B. Google Analytics, PIWIK, awstats)

Ist mindestens ein Analyse-Tool zur Erfolgskontrolle eingerichtet?

Alt-Texte Bilder

Zu Bildern sollen so genannte Alt-Texte gespeichert sein. Das sind alternative Texte, falls das Bild nicht angezeigt werden kann.

Meta-Tags

Sind diese Meta-Tags vorhanden: application-name, author, description, generator, keywords? Sind die Meta-Tags individuell für jede Seite der Website konfigurierbar?

Benutzerfreundliche URLs

Statt zum Beispiel „www.domain.de/index.php?id=123&type=0&L=1“ soll die URL lesbar erscheinen: „www.domain.de/angebot“

Bilder WEB-optimiert

Sind die Grafiken und Bilder optimiert für das Web?

Backup/Recovery

Ist eine Sicherung vorgesehen? Wie schnell kann eine Seite wieder hergestellt werden?

Externe Links valide

Sind alle Linkziele erreichbar?

Browser Kompatibilität

Ist die Website mit den gängigen Browsern aufrufbar ohne dass das Design verloren geht?

Komprimierung statischer Dateien

Werden statische Dateien, wie CSS oder JavaScript komprimiert übertragen?

Kontaktformular/Email Funktion

Ausgiebige Funktionsprüfung

Druckfunktion

Funktionsprüfung

Redesign: Redirect eingerichtet

Ist eine permanente Weiterleitung für Seiten eingerichtet, die umbenannt wurden?

Canonical URL

Durch Einsatz des Meta-Tag canonical kann duplicate conten (Doppelter Inhalt) verhindert werden.

Grundregeln der Benutzerfreundlichkeit (Usability)

Prüfen Sie, ob die Website diese Kriterien erfüllt.

Text statt Grafik

Der Besucher der Website sucht in der Regel nach Text, nicht nach Grafiken. So genannte "Eye Catcher" sind erlaubt.

Obere linke Ecke

Die obere linke Ecke ist der Ausgangspunkt für den Website-Besucher. Wir sind es gewohnt von links nach rechts und von oben nach unten zu lesen.

Das "F"

Die Besucher scannen die Website wie ein "F". Links oben beginnend, nach rechts. Wieder zurück, nach unten, wieder nach rechts. Die beste Position für wichtige Informationen sind die Wendepunkte.

Bannerwerbung

Bannerwerbung wird ignoriert und kann zum Verlassen der Website führen. Für grafisch besonders hervorgehobene Überschriften gilt das gleiche.

Zahlen und Ziffern

Zahlen sollen als Ziffern geschrieben werden, wenn sie eine Relevanz haben. Ziffern ziehen das Auge auf sich.

Ermüdungsfreies Lesen

Dem Besucher ist ermüdungsfreies lesen zu ermöglichen.

Die Überschrift

Die Überschrift muss deutlich hervorgehoben sein, dabei aber klar in der Aussage.

Anhaltspunkte

Der Besucher wird die Seite von oben nach unten scannen. Interessante Anhaltspunkte, wie Aufzählungen oder Johnson Box sind erprobte Mittel.

Kurze Absätze

Die Informationen sollen in kurzen prägnanten Absätzen dargestellt werden.

Bilder und Animation

Keine bewegten Animationen oder Popup-Werbung. Große Bilder verwenden.

Intuitive Navigation

Die Navigation muss sofort als solche erkannt werden und intuitiv bedienbar sein.

Orientierung

Der Besucher der Website darf die Orientierung nicht verlieren. Er muss immer wissen, wo er ist und wo er herkommt. Eine „Brotkrumen-Navigation“ kann hilfreich sein.

Füllgrad der Website

Stopfen Sie die Website nicht voll. Klar strukturierte Informationsfragmente mit ausreichenden Zwischenräumen halten das Interesse des Besuchers und verschaffen ihm visuellen Freiraum.

3 Klicks-Regel

Mit 3 Klicks zu allen Seiten der Website ist eine eherne Regel. Verteilen Sie themenbezogene Links geschickt im Text. Aber lassen Sie dem Besucher nicht die Orientierung verlieren. Wenn er den "Seite zurück" Button des Browsers nutzen muss, hat er Ihre Website bereits verlassen.

Einfache Grundregeln zur Barrierefreiheit (Accessibility)

Fast alle dieser Regeln haben ihre Gültigkeit auch für Robots von Suchmaschinen (Crawlern).

Technische Standards

Eine Website muss sich an die technischen Standards (z. B. korrekte Codierung von Umlauten, gültiges HTML und CSS) halten.

WEB 2.0

Durch das WEB 2.0 bedingte interaktiv und dynamisch aufbereitete Information kann eine Gefahr für die Barrierefreiheit darstellen.

Die "Sprache"

Nicht zuletzt sollen die Inhalte der Website in einer leicht verständlichen "Sprache" dargestellt werden: keine absatzlangen verschachtelten Sätze, keine Überflutung mit Fremdworten.

Tabulator statt Maus

Die Möglichkeit, sich auch ohne Maus durch die Website zu bewegen, soll gegeben sein. Die Navigation mit der Tabulator-Taste gehört zu einer barrierefreien Website.

Navigation mit CSS

Eine Navigation, die aus Java-Applets, Flash-Objekten Bildern besteht, ist für sehbehinderte Besucher ein nahezu unüberwindliches Hindernis.

Animation

Blinkende oder animierte Texte und Grafiken sind nicht nur für sehbehinderte Menschen ein Gräuel und lenken vom Inhalt der Website ab.

Feste Schriftgröße

Feste Schriftgrößen sind zu vermeiden. Die Maßeinheit für Abstände, Schriften, Bereiche, usw. sollte relativ sein.

Positionierung von Elementen

Für die Positionierung von Elementen haben sich DIV-Container und CSS bewährt. Tabellen sollen nur für Tabellen eingesetzt werden.

Alt-Texte

Bilder sollen mit Alt-Texten versehen werden, solange sie nicht nur der Layout-Gestaltung dienen.

Captcha

Anti-Spam Captcha, die dazu dienen sollen, Mensch und Maschine zu unterscheiden, schließen auch sehbehinderte Menschen aus.

Farbfehlsichtigkeit

Für Besucher mit Farbfehlsichtigkeit sind Informationen in der Website, die von Farben allein bestimmt werden, echte Barrieren.

Empfehlenswerte Analyse-Tools

Web Page Performance Test

detaillierte Analyse der Seiten-Performance

W3C CSS-Validator

Validierung der CSS-Dateien

W3C HTML-Validator

Validierung des HTML-Gerüsts

Seitenreport

96 professionelle Analysen, Registrierung erforderlich

Google Adwords

Keyword Analyse

SEO-Website-Analyse

Untersuchung der Website nach ca. 50 SEO-Regeln

WAVE - web accessibility evaluation tool

Ein Online-Tool testet die Barrierefreiheit (Accessibility)

Browserkompatibilitätstest

Die Website von vielen Browser-Versionen anzeigen lassen

Backlink-Checker

Erstellt eine Liste der Backlinks auf die eigene Website

Section 508 WAI

Checken der Website auf Barrierefreiheit (Accessibility)

Checkliste als Tabelle

Allgemeine Anforderungen

Kriterium	erfüllt	Bemerkungen
Rechtschreibung/Ausdrucksweise		
Rechtliche Aspekte		
Favicon		
Sitemap.xml		
Seitenübersicht		
404-Handling		
Sicherheit		
Ladegeschwindigkeit		
Robots.txt		
Analyse-Tools (z. B. Analytics, PIWIK, awstats)		
Alt-Texte Bilder		
Meta-Tags		
Benutzerfreundliche URLs		
Bilder WEB-optimiert		
Backup/Recovery		
Externe Links valide		
Browser Kompatibilität		
Komprimierung statischer Dateien		
Kontaktformular/Email Funktion		
Druckfunktion		
Redesign: Redirect eingerichtet		
Canonical URL		

Grundregeln der Benutzerfreundlichkeit (Usability)

Kriterium	erfüllt	Bemerkungen
Text statt Grafik		
Obere linke Ecke		
Das "F"		
Bannerwerbung		
Zahlen und Ziffern		
Ermüdungsfreies Lesen		
Die Überschrift		
Anhaltspunkte setzen		
Kurze Absätze		
Bilder und Animation		
Intuitive Navigation		
Orientierung		
Füllgrad der Website		
3 Klicks-Regel		

Grundregeln zur Barrierefreiheit (Accessibility)

Kriterium	erfüllt	Bemerkungen
Technische Standards		
WEB 2.0		
Die "Sprache"		
Tabulator statt Maus		
Navigation mit CSS		
Animation		
Feste Schriftgröße		
Positionierung von Elementen		
Alt-Texte		
Captcha		
Farbfehlsichtigkeit		