Beispiel-Projektbeschreibung

Theoretischer Hintergrund der *Website feiner-cognac.de*

INHALT

1. Projektbeschreibung

2. Usability
   a. Sind Aufbau und Struktur der Website so angelegt, dass der User sie effizient und zufriedenstellend nutzen kann?
   b. Ist die Website zielgruppenaffin gestaltet?
   c. Sind rechtliche Vorgaben erfüllt?

3. Schwerpunkt Content
   a. Wie ist das Verhältnis von Text und Bild/grafischen Elementen?
   b. Sind die Texte gut lesbar, sowohl inhaltlich als auch in der Darstellung?
   c. Erfüllen die Texte SEO-Anforderungen?

1. Projektbeschreibung

Auf der Website *www.feiner-cognac.de* stellt ein deutsches Ehepaar hochwertige Spirituosen aus Frankreich vor, die es vor Ort bei kleinen Produzenten verkostet und erworben hat. Über die Website können die Produkte auch bestellt werden, und es wird über Möglichkeiten zur Verkostung informiert (z.B. auf Marktfesten, bei Firmenevents, als individueller Termin).

Das Ehepaar betreibt den Handel – und damit auch die Website – nebenberuflich und mehr aus Leidenschaft als zum kommerziellen Zweck. Insofern sind die Ressourcen Zeit und Geld, die in die Website investiert werden, nach einer Kosten-Nutzen-Rechnung ganz bewusst beschränkt.

Feiner-cognac.de ist eine einfache Corporate Website. Das Hosting läuft über den Anbieter *all-inkl.com*. Ein zentraler Entscheidungsgrund für diesen Anbieter und den gewählten Tarif war, dass die Server in Deutschland stehen; damit ist ein wichtiger Sicherheits-Aspekt abgedeckt.

Die Website ist seit längerer Zeit nicht mehr intensiv betreut worden. Ziel der Projektarbeit ist es daher *feiner-cognac.de* anhand der im Kurs erworbenen Kenntnisse zu analysieren und für einzelne Aspekte der Website Änderungsvorschläge zu formulieren.

2. Usability

a. Sind Aufbau und Struktur der Website so angelegt, dass der User sie effizient und zufriedenstellend nutzen kann?

Eine zentrale Frage bei der Usability einer Website ist: Findet der User mit zwei bis drei Klicks das, was er sucht? Für *feiner-cognac.de* lautet die Antwort: grundsätzlich ja. In ihrer Grundstruktur ist die Website sehr übersichtlich gestaltet.

Die Menüleiste auf der Homepage listet sechs Kategorien auf:

- Aktuelles (auf diese Seite gelangt der User, wenn er die Adresse *feiner-cognac.de* eingibt)
- Über uns
- Cognac
- Calvados
- Co
- Galerie

Damit bleibt die Seite innerhalb der empfohlenen Anzahl von vier bis maximal sechs Kategorien. Klickt der User auf einen Kategorienamen, z.B. *Cognac*, gelangt er zu einer einführenden Seite zum Thema. Geht er mit der Maus über den Kategorienamen, erscheinen die anwählbaren Detailseiten.

Neben den ausgeschriebenen Kategorienamen enthält die Menüleisten auch drei Icons für

- Kontakt
- Warenkorb
- Versand

Die Icons konzentrieren sich damit auf die operative Seite (Kontaktaufnahme und Online-Shop) der Website und sind visuell gut von den stärker inhaltlich orientierten Kategorienamen abgesetzt. Sie sind damit eine sinnvolle Ergänzung der Menüleiste, die auf einen Blick alles bietet, was der User suchen bzw. erwarten könnte.

Während die Grundstruktur der Website mit einer klaren, übersichtlichen Aufteilung überzeugt, könnten einige **Veränderungen** das Nutzererlebnis noch weiter verbessern:

- Durch eine **Breadcrumb-Navigation** unter der Hauptnavigation könnte dem User der Pfad von der Homepage zur aktuellen Seite angezeigt und die Orientierung auf der Website weiter verbessert werden. Zwar ist die Gesamtzahl der Seiten von *feiner-cognac.de* übersichtlich, aber für User, die nicht schon Experten im Bereich Cognac und Calvados sind, könnte es zum Beispiel hilfreich sein zu sehen, ob der auf der aktuellen Seite vorgestellte Produzent Cognac

oder Calvados herstellt.

- Die **Icons** neben der Hauptnavigation, die die Navigationsleiste um die Kategorien Kontakt, Warenkorb und Versand ergänzen, werden in Mouseovers erklärt. Eine **größere Darstellung** würde die **Nutzerfreundlichkeit** aber noch erhöhen.

- Wie oben beschrieben, gelangt der User auf eine einführende Seite, wenn er direkt auf den Kategorienamen *Cognac*, *Calvados* oder *Co* klickt. **Diese Einführung sollte als Detailseite auch im jeweiligen Mouseover-Menü erscheinen**, das die Detailseiten der betreffenden Kategorie auflistet. Dies würde die Klarheit der Struktur erhöhen und vermeiden, dass User die einleitenden Informationen übersehen.

- Die Seiten der Kategorie *Galerie*, auf denen Fotos aus den Anbaugebieten für Cognac und Calvados gezeigt werden, erscheinen weniger effektiv als die anderen Kategorien. Ziel dieser Seiten ist es, die regionale Atmosphäre einzufangen und beim User den „Wohlfühlfaktor" zu steigern. Dafür wäre es aber hilfreich, wenn die *Galerie*-Seiten ein ausgewogeneres Text-Bild-Verhältnis hätten – derzeit ist außer den Bildbeschreibungen kein Text vorhanden. Außerdem sollten die Fotos anders dargestellt werden, weniger als Auflistung, sondern mehr wie ein liebevoll gestaltetes Album mit persönlichen Texten, die Atmosphäre schaffen (und die aus SEO-Gründen auch die relevanten Keywords enthalten sollten, also Schlüsselbegriffe, die das Hauptthema der jeweiligen Seite beschreiben). Als Alternative wäre zu überlegen, **die Kategorie *Galerie* aufzugeben** und die enthaltenen Fotos bei ausreichender Aussagekraft und passendem Motiv in die Seiten der Kategorien *Cognac*, *Calvados* und *Co* zu integrieren, um dort das Verhältnis von Text und Bild zu verbessern.

- Klickt man auf das *Kontakt*-Icon, öffnet sich eine Detailseite mit den Kontaktinformationen der Betreiber. Hier könnte eine Erweiterung (Plug-in) für ein **Kontaktformular** hinzugefügt werden, um die Kontaktaufnahme zu erleichtern und anzuregen. In WordPress wäre ein mögliches Plug-in Formidable Forms oder Contact Form 7.

- Die Betreiber haben auch einen Instagram-Account für Cognac, Calvados & Co, auf den auch auf der Homepage verwiesen wird. Hier könnte ein **Social-Media-Button** eingefügt werden, um crossmedial zu verlinken (was auch unter SEO-Aspekten ratsam wäre).

b. Ist die Website zielgruppenaffin gestaltet?

Um diese Frage zu beantworten, muss zunächst eine andere gestellt werden: Wer ist die Zielgruppe von *feiner-cognac.de*?

Hauptzielgruppe der Website sind derzeit bestehende Kunden, die zumeist auf Märkten gewonnen wurden. Als Marketingziel der Website sehen die Betreiber hauptsächlich die Kundenbindung – bestehende Kunden sollen über aktuelle Events usw. informiert werden.

Die Betreiber sind aber durchaus aufgeschlossen, die Kundengewinnung zum Marketingziel zu machen. Das größte Potenzial für die Website liegt darin, überregional und unabhängig von einer Marktpräsenz der Betreiber neue Kunden zu generieren. Wie erwähnt, muss eine solche Akquise aber kosten- und zeitgünstig umzusetzen sein, da sich große Investitionen für die Betreiber nicht rentieren.

Die von den Betreibern anhand ihrer Stammkundschaft definierte Zielgruppe ist

- überwiegend männlich
- vom Alter her als Babyboomer einzuordnen, also etwa zwischen 1955 und 1969 geboren
- finanziell gut gestellt

In zwei Steckbrief-Varianten könnte die Zielgruppe so definiert werden:

Persona A

Name:	Richard W.
Alter:	56
Familienstand:	verheiratet, 2 erwachsene Kinder
Wohnort:	Isernhagen
Beruf:	Anwalt
Lebensmotto:	Das habe ich mir verdient.
Werte:	Familie, Genuss, Leistung
Weihnachtswunsch:	Ein edler UND besonderer Tropfen – wir haben ja schon alles (bzw. können es uns leisten)
Lieblingsessen:	Wolfsbarsch in Salzkruste
Probleme:	Zu lange Arbeitstage
Freizeitverhalten:	Golf spielen, Segeln
Lieblingswebsites:	Handelsblatt.de, faz.net

Persona B

Name:	Stefan P.
Alter:	49
Familienstand:	verheiratet, 1 Kind
Wohnort:	Celle
Beruf:	Niederlassungsleiter
Lebensmotto:	Nur keine Aufregung.
Werte:	Fleiß, Freunde, Verwurzelung
Weihnachtswunsch:	Mit den Kumpels zur Angeltour nach Norwegen
Lieblingsessen:	Ein gutes Steak, am besten vom eigenen Weber-Grill
Probleme:	Und was kommt dann?
Freizeitverhalten:	Einmal in der Woche Fußball mit den Kumpels
Lieblingswebsites:	spiegel.de

Die Gestaltung und Struktur der Website sollte also idealerweise einem männlichen Babyboomer entgegenkommen.

Daraus ergeben sich folgende Beobachtungen und **Empfehlungen**:

- Babyboomer legen viel Wert auf Sicherheit. Daher sollte die Navigationsleiste immer sichtbar sein. **Dies ist bisher nicht der Fall; eine Änderung wäre hier zu empfehlen**.

- Babyboomer sind im Vergleich z.B. zu Millenials gegenüber längeren Texten noch aufgeschlossen. Besonders viel White Space ist insofern nicht nötig. (Trotzdem sollte der Text natürlich gut lesbar gestaltet sein – siehe mehr dazu in Kapitel 3). **Die Website ist in dieser Hinsicht zielgruppenaffin gestaltet.**

- Die Schriftart sollte klar und gut lesbar sein und daher keine Serifen haben. Die momentan verwendete Schriftart passt einerseits gut zum Design der Website; andererseits wirkt das Textbild – auch durch die Verwendung von Serifen bei einigen Buchstaben, z.B. d, b, l –

relativ unruhig. **Eine klarere Schriftart wäre also in Erwägung zu ziehen.**

- **Das Design der Website erscheint der Zielgruppe angemessen**. Zum einen stimmt der Kontext: Der statische Hintergrund zeigt einen Baumstamm in Nahaufnahme. Dies verweist auf das Holz, aus dem die Fässer zur Lagerung und Reifung der Spirituosen gefertigt sind. Der User assoziiert vielleicht auch Weinreben oder Apfelbäume, die die Grundzutaten für Cognac und Calvados liefern. Weitere Assoziationen sind Ruhe und Zeit – ein guter Tropfen muss lange in seinem Fass ruhen und reifen. Das passt gut zu der Situation, in einer Atmosphäre der Muße ein Glas hochwertigen Cognac zu genießen. Die Farbwahl steht hiermit im Einklang: Auch die gedämpften, erdigen Farben vermitteln Ruhe und Stabilität. Das Design macht insgesamt einen gediegenen Eindruck, was gut zu Produkt und Zielgruppe passt.

c. Sind rechtliche Vorgaben erfüllt?

Für die Betreiber von feiner-cognac.de sind die folgenden rechtlichen Aspekte relevant:

- **Persönlichkeitsrechte – Recht am eigenen Bild**: Die Fotos, die auf der Website verwendet werden, haben die Betreiber selbst gemacht. Auf vielen dieser Fotos sind Personen abgebildet. Die Betreiber haben von allen dargestellten Personen die Einwilligung zur Veröffentlichung erhalten, womit die **Persönlichkeitsrechte als gewahrt gelten können**. Diese Einwilligungen sollten schriftlich festgehalten werden.

- **Impressumspflicht**: Nach dem am 1. März 2007 in Kraft getretenen Telemediengesetz muss das Impressum *„leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“* sein. Es sollte auf einer Website insofern immer mit einem Klick zu erreichen sein. **Auf *feiner-cognac.de* ist diese Vorgabe erfüllt**: In der Menüleiste am unteren Bildrand, die auf der Homepage wie auch auf jeder Unterseite zu sehen ist, erscheint der Menüpunkt *Impressum*. Das Impressum ist also auf jeder Seite mit einem Klick aufzurufen, und es ist vollständig, da es einen vollständigen Vor- und Nachnamen, eine Anschrift, eine Telefonnummer sowie die Ust-ID enthält. Zudem ist es korrekterweise als „Impressum“ bezeichnet.

- **Datenschutzerklärung**: Nach der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) muss die Website eine Datenschutzerklärung enthalten. Dies ist derzeit nicht der Fall. **Eine Datenschutzerklärung sollte dringend hinzugefügt werden**. Auf der Website datenschutzgenerator.de kann – zumindest in den Grundzügen kostenlos – eine Datenschutzerklärung selbst erstellt werden. Diese wird als PDF zugestellt und enthält neben der Textversion auch den HTML-Quellcode.

- **Urheberrecht**: Da die Betreiber alle auf der Website enthaltenen Fotos selbst gemacht haben, liegt das Urheberrecht bei ihnen. Der Hinweis darauf ist **im Haftungsausschluss enthalten**, der in der Fußleiste über einen Klick erreicht werden kann.

3. Schwerpunkt Content

a. Wie ist das Verhältnis von Text und Bild/grafischen Elementen?

Das Verhältnis von Text und Bild bzw. grafischen Elementen auf *feiner-cognac.de* schlägt derzeit besonders auf den einführenden Seiten zu Cognac und Calvados sehr in Richtung Text aus. Auch wenn die Zielgruppe der Babyboomer textaffiner ist als jüngere User, wäre es ratsam, den Medienwechsel von Text und Bild stärker einzusetzen, um die Aufmerksamkeit des Users zu halten. Außerdem sprechen Bilder alle Generationen sehr viel stärker auf der emotionalen Ebene an. Die Website sollte dies nutzen, um dem Kunden das Gefühl von Wohlbefinden, Genuss und Exklusivität auch bildlich zu vermitteln.

Bewusst haben die Betreiber bisher darauf verzichtet, die Bilder der angebotenen Produkte von einem professionellen Fotografen machen zu lassen – die hohen Kosten hierfür würden nicht im akzeptablen Verhältnis zum Nutzen stehen. Dies widerspricht zwar der Prämisse, auf einer Webpräsenz nur professionelle Fotos zu zeigen, gibt der Website aber auch einen sehr familiären Charakter, wenn etwa ein bei einem Besuch vor Ort gemachtes Foto einen Cognac-Produzent mit seinem Sohn im Weinberg zeigt.

Zu überlegen wäre, in geringem Umfang Fotos von Websites wie Shutterstock, iStock oder Pixabay zu erwerben und diese nur auf der Homepage zu integrieren. Dies könnte den Faktor „Qualität“ gerade bei Erstbesuchern verstärken und ein Ambiente von Genuss und Exklusivität schaffen, um auch dadurch Stickiness und Conversion Rate zu steigern. Bei iStock können zum Beispiel sechs Fotos zum Preis von 45 Euro erworben werden; die Standardlizenz, die auch eine Verwendung auf einer kommerziellen Website erlaubt, ist im Preis enthalten. Stockphotos können allerdings den Nachteil haben, unpersönlich und beliebig zu wirken. Für ein solides Branding sollten professionelle eigene Fotos gemacht werden.

Falls die Betreiber irgendwann einmal beschließen, die ganze Website in einem anderen Design neu aufzusetzen, wären in WordPress folgende Themes denkbar:

- **Jorden Winery** (Quelle: templatemonster.com)
- **Belly** (Quelle: themeforest.net)

b. Sind die Texte gut lesbar, sowohl inhaltlich als auch in der Darstellung?

Im Hinblick auf die Darstellung der Textbeiträge sind folgende Punkte zu beachten:

- **Schrift ohne Serifen** verwenden: Wie in Kapitel 2.b. beschrieben, wäre eine andere Schriftart in Erwägung zu ziehen.

- **Responsive Design**: Für bessere Lesbarkeit sollte ein Responsive Design verwendet werden, das den Text an das Ausgabemedium (Desktop, Tablet, Smartphone) anpasst.

- **Textgestaltung**: Um die Lesbarkeit von Seiten mit viel Text zu verbessern, also insbesondere die einführenden Seiten zu Cognac und Calvados, wäre es ratsam
    - die Texte noch mehr in **Absätze** zu unterteilen
    - **Zwischenüberschriften** zu nutzen
    - einzelne Wörter zu **fetten**
    - wann immer möglich auch **Bullet Points** (Listen) zu nutzen.
    - Auch die Verwendung von **Info-Boxen** – gerade für Erklärungen, Zusatzinformationen oder komplexere Zusammenhänge – bietet sich an.

Inhaltlich sind die Texte angenehm zu lesen, da der Ton fast wie in einem Blog sehr persönlich gehalten ist. Damit ist der Content eindeutig „unique“, also exklusiv und originär – beides sind

Qualitätsmerkmale, die von Suchmaschinen gewürdigt werden. Neben der Darstellung (siehe oben) könnten die Texte stilistisch höchstens noch einmal leicht überarbeitet werden. Ziel wäre hierbei, die Grundregel noch konsequenter umzusetzen, dass ein Text „kurz, klar und bildhaft“ verfasst werden sollte. Zudem könnten Keywords und Calls to Action (CTA) stärker genutzt werden.

Hier ein kurzes Textbeispiel über den Cognac-Produzenten Ragnaud-Sabourin:

Aktuelle Version:

Ragnaud-Sabourin

Seit 1850 arbeitet die Familie in der Charente. Der Name des Vaters, Marcel Ragnaud, hat auch heute noch einen fast legendären Ruf! Seine Tochter, Annie Ragnaud-Sabourin, führt heute die Geschäfte und inzwischen ist auch schon Sohn Olivier mit dabei.

Die Brände des Hauses Ragnaud-Sabourin zählen seit langem zum Non-plus-Ultra! Und diesem Urteil können auch wir uns nur anschließen: kaum ein Brand reicht an diese Finesse und Komplexität heran. Und das zieht sich durch alle Qualitäten durch! Schon der 4 Jahre alte VS ist ein Genuss! Und der läßt sich steigern, und steigern, und steigern, ... Am Ende kommen wir bei Bränden an, die noch aus der Zeit vor der Reblauskatastrophe (um 1870!) stammen. Diese haben wir aus verständlichen Gründen nicht vor Ort, können aber gern für Sie bestellt werden!

Überarbeitete Version:

Ragnaud-Sabourin

Seit 1850 produziert die Familie edlen Cognac in der Charente. Der Name Marcel Ragnaud hat bei Kennern und Genießern auch heute noch einen fast legendären Ruf!

Heute führt Marcel Ragnauds Tochter Annie Ragnaud-Sabourin die Geschäfte. Inzwischen ist auch schon Sohn Olivier mit dabei.

Die Brände des Hauses Ragnaud-Sabourin zählen seit langem zum Nonplusultra. Und diesem Urteil können auch wir uns nur anschließen: Kaum ein anderer Brand reicht an diese Finesse und Komplexität heran.

Das zieht sich durch alle Qualitäten hindurch: Schon der vier Jahre alte VS ist ein Genuss! Und der lässt sich über die Jahre noch steigern… und steigern… und steigern.... Am Ende dieser Reihe von Gaumenlegenden kommen wir bei Bränden an, die noch aus der Zeit vor der Reblauskatastrophe (um 1870!) stammen. Diese haben wir aus verständlichen Gründen nicht vor Ort. Wir können Sie aber gerne für Sie bestellen – **kontaktieren Sie uns!** *[gefetteter Text ist ein Link zur Kontakt-Seite]*

c. Erfüllen die Texte SEO-Anforderungen?

Das neue Marketingziel der Website ist die Kundengewinnung. Dazu benötigt *feiner-cognac.de* eine weit höhere Sichtbarkeit durch ein möglichst gutes Ranking in den Google SERPs (Search Engine Result Pages). Der Content ist bei der Neuausrichtung ein ganz wesentlicher Faktor: Text ist noch immer die zentrale SEO-Komponente.

Daher sollte ein Fokus auf der Neugestaltung der Homepage liegen, die derzeit nicht stark bespielt wird. Hier bietet sich auch Content an, der gleichzeitig auf andere Inhalte der Website verlinkt. Ideen für neuen Content wären:

- Kurzer **Intro-Text**: Was bietet die Website? Der Text sollte Keywords sowie einen Link zur Kategorieseite *Über uns* enthalten.
- **Produkt des Monats**: Ein Produkt aus dem Sortiment wird vorgestellt und zeitlich begrenzt zu einem vergünstigten Preis angeboten.
- **Gutschein**: Gerade vor Weihnachten könnten Gutscheine neue Kunden anlocken, die noch auf der Suche nach einem exklusiven Geschenk sind. Die Gutscheine könnten über den Webshop in der Kategorie *Co* bestellt werden.
- **Nächster Markt**: Die Hinweise auf die nächste Marktpräsenz sollten immer aktuell sein und nach dem Event von der Seite genommen werden.
- **Verkostungsangebot**: Das Angebot, Verkostungen entweder im privaten Bereich oder aber als Firmenevent durchzuführen, könnte schon auf der Homepage prominent platziert werden.
- Neue Textbeiträge könnten **immer mit der gleichen Kundenansprache** anfangen, um den Wiedererkennungswert und damit die Kundenbindung zu steigern – und gleichzeitig die Keyword-Nutzung zu erhöhen. Ein Beispiel wäre „Liebe Genießer!“

Bei der Suchmaschinenoptimierung spielen die schon häufig erwähnten Keywords eine zentrale Rolle. Die Betreiber haben diesem Aspekt bisher keine vorrangige Bedeutung zugemessen. Daher ist es notwendig, neue Keywords zu definieren.

Auf der Basis der definierten Zielgruppe und der angebotenen Produkte geht es bei *feiner-cognac.de* – neben den angebotenen Spirituosen – um Wohlbefinden, Genuss und Exklusivität. Bei teuren Spirituosen kommt schnell der Begriff „edler Tropfen“ in den Sinn; die Wortkombination ist so stark mit „qualitativ hochwertigem Alkohol“ verbunden, dass sie beim User schnell die gewünschte Assoziation hervorruft.

Das wird auch durch eine erste Analyse auf Google bestätigt: Der Suchbegriff „edler Cognac“ ergibt 1.120.000 Ergebnisse, „edler Calvados“ immerhin noch 83.800 Ergebnisse. Zum Vergleich: Die Suchkombination „Feinschmecker Calvados“ erbringt 31.600 Ergebnisse, „Feinschmecker Cognac“ 140.000 Ergebnisse. Angebot und Nachfrage sind bei Cognac also schon einmal insgesamt höher als bei Calvados.

Nutzt man den Keyword Finder auf der Website *mangools.com*, wird die Kombination „Genießer Cognac kaufen“ unter dem Aspekt Keyword Difficulty als „easy“ eingestuft, die Kombinationen „guter Cognac“, „edler Cognac“ und „Genießer Cognac“ als „still easy“. Je nach Kontext (Kategorie Cognac oder Calvados) und Platzierung (Homepage oder Detailseite) könnten diese Keywords in verschiedenen Variationen genutzt werden. Im Sinne des Keyword-Konzepts wäre auch noch eine weitere Ausdifferenzierung bzw. ein drittes Wort möglich, um die ideale Mischung aus Relevanz, Prägnanz, Suchhäufigkeit und Abgrenzung von der Konkurrenz zu finden.

Da SEO-Aspekte auf *feiner-cognac.de* bisher nicht im Fokus standen, kann neben der Definition von Keywords noch eine Reihe weiterer Empfehlungen gegeben werden.

- **Häufiger neue Texte und Beiträge einpflegen**. Dies festigt nicht nur die Kundenbindung; häufig neue Inhalte werden außerdem von Web-Crawlern gefunden und vermitteln den Such-Algorithmen Qualität und Aktualität. Das heißt, eine regelmäßig mit neuen Texten gepflegte Website wird im Suchmaschinen-Ranking weiter oben auftauchen.

- **Auf der Homepage wie auch auf allen Kategorieseiten Teaser einfügen**, also einen kurzen Text von maximal 225 Zeichen (inklusive Leerzeichen), der zwischen Header und Fließtext steht und gefettet ist. Ein aussagekräftiger Teaser auf der Homepage könnte von Google als Snippet in der SERP verwendet werden. Außerdem würden Teaser die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass auch die Kategorieseiten in der Google SERP aufgeführt werden. Dies wäre besonders wegen der Themenvarianz – Cognac und Calvados sowie weitere Spirituosen als zu vermarktende Produkte – der Website sehr wünschenswert.

- Auf allen Seiten sollten die Texte so überarbeitet werden, dass sie ein Keyword pro Absatz enthalten bzw. eine **Keyword Density** von 1,5-3,5% aufweisen.

- Die **Header, besonders <h1>**, sollten auf jeder Unterseite genutzt und durch die Verwendung der Keywords optimiert werden. So sollte auf der Homepage der Header „Herzlich Willkommen!“ auf jeden Fall ersetzt werden, da er nicht SEO-relevant ist. Eine mögliche Alternative als Title wäre zum Beispiel „Cognac, Calvados und Co: Edle Tropfen für Genießer“.

- Auch der **HTML-Code** kann stärker für Onpage SEO genutzt werden. Da neben Bildunterschriften auch Bildbeschreibungen SEO-relevant sind, sollte im HTML-Code der ***alt*-Tag** durchgehend verwendet werden. Außerdem könnte mindestens für die Homepage der ***meta*-Tag** <meta name=“description“ content= „…“> genutzt werden, um hier einen Text einzufügen, der als Snippet geeignet wäre.

Ergänzend zur Onpage SEO könnten im Bereich Offpage SEO noch verstärkt Verlinkungen eingefügt werden. Die Betreiber von *feiner-cognac.de* könnten

- **Linkpartnerschaften** mit den Produzenten bilden
- möglichst **vielfältige Verlinkungen** schaffen, z.B. auch zur Webpräsenz der Stadt Cognac, der Region Champagne. Dabei sollten Qualität und Google-Ranking der verlinkten Seiten berücksichtigt werden.
- eine **crossmediale Verlinkung** durch den schon in Kapitel 2.a. erwähnten Social-Media-Button für den Instagram-Account herstellen.

Die Umsetzung der in dieser Projektbeschreibung genannten Maßnahmen erfolgten auf der (fiktiven) Website

feiner-cognac.de
Passwort: edlerCogn@c