



Effizientes Multisite- Management:

5 Best Practices für Ihren Erfolg

Einleitung

Es gibt viele Gründe, warum Unternehmen eine Vielzahl von Websites verwalten müssen – beispielsweise um verschiedene Produktlinien zu unterstützen, mit Kunden in unterschiedlichen Ländern zu kommunizieren oder bestimmte Kampagnen und Initiativen durchzuführen. Oder vielleicht haben sie Unternehmen übernommen oder sind über Franchises, Händlernetzwerke oder B2B2C-Modelle tätig, die mehrere Websites erfordern. Unabhängig vom Grund kann die Verwaltung dieses komplexen Netzwerks von Websites ohne eine klar definierte Strategie und die richtige Technologie schnell zu einer enormen Herausforderung werden.

Das liegt daran, dass alle Aspekte, die Sie bei der Verwaltung einer Website berücksichtigen müssen, wie beispielsweise die Gewährleistung der Markenkonsistenz, die Bereitstellung von Lokalisierungen, die Erfolgsmessung und die Barrierefreiheit der Websites auf verschiedenen Geräten und Kanälen, bei der Verwaltung mehrerer Websites um ein Vielfaches komplexer werden.

Vereinfachen Sie Ihre Multisite-Umgebung mit einer DXP

Einzelne Tools wie Website-BUILDER, Content Management Systeme, Verwaltungskonsolen, Übersetzungs-Plugins, Analysetools und Tools zur Fehlerbehebung können bei der Verwaltung mehrerer Websites hilfreich sein. Eine Digital Experience Platform (DXP) bietet jedoch alle Funktionen dieser Tools und vieles mehr in einer einzigen Benutzeroberfläche.

Eine DXP ist eine Plattform, die native Funktionalitäten für die Website-Erstellung, das Content Management und eine Vielzahl weiterer Funktionen innerhalb einer modularen Architektur bietet, sodass Sie andere Technologien nach Bedarf ein- und ausbauen könne.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen anhand von fünf Best Practices, wie Sie mit einer DXP das Management mehrerer Websites optimieren können:

- 01. Effiziente Bereitstellung neuer Websites**
- 02. Konsistenz über alle Websites und Kanäle hinweg**
- 03. Beschleunigung der Website-Lokalisierung**
- 04. Zentralisierung der Website-Verwaltung für eine vereinfachte Administration**
- 05. Auslagerung von Hosting und Website-Betrieb**

1. Effiziente Bereitstellung neuer Websites

Die Einführung neuer Websites und die Umsetzung von Änderungen sollten kein mühsamer Prozess sein, der für jede Website einzeln durchgeführt werden muss. Laut einem aktuellen Forbes-Artikel kann die Entwicklung einer Website jedoch zwischen 10 und 14 Wochen dauern.¹ Eine robuste DXP sollte Ihnen jedoch die Möglichkeit bieten, neue Websites mithilfe vorhandener Templates oder sogar durch Klonen ganzer Websites schnell zu erstellen und so die Entwicklungszeit erheblich zu verkürzen. Wenn das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens die kontinuierliche Erstellung und Pflege mehrerer Websites erfordert, sollte Ihre Plattform hierarchische Website-Strukturen unterstützen, damit Sie Website-Aktualisierungen über alle Ihre Websites hinweg effizient verwalten und steuern können.

Setzen Sie auf eine Plattform, die Ihnen Folgendes ermöglicht:

Verwenden Sie Templates, um neue Websites schnell umzusetzen

Website Templates bieten ein vorgefertigtes Layout mit festgelegten Anpassungsoptionen. Sie eignen sich besonders für Kampagnen- und Event-Websites sowie Blogs und ermöglichen es Ihren Autoren, Inhalte hinzuzufügen, ohne sich Gedanken über die Formatierung der Seiten oder die Platzierung von Bannern und Artikeln machen zu müssen. Einige DXPs ermöglichen es Ihnen, Templates auf eine Gruppe von Websites anzuwenden, was zukünftige Aktualisierungen erheblich vereinfacht. Wenn Sie beispielsweise eine Vorlage auf eine Gruppe von Websites angewendet haben, werden alle Änderungen, die Sie an der Vorlage vornehmen, automatisch auf alle Ihre Websites übertragen.

Klonen und anpassen

Das Klonen von Websites eignet sich besonders, wenn Sie das Design und die Funktionen einer bestehenden Website weitgehend unverändert übernehmen möchten, um Zeit und Aufwand für die Neugestaltung zu sparen. Dies ist hilfreich, wenn Sie mehrere ähnliche Websites mit geringfügigen Abweichungen erstellen möchten. Das Klonen von Websites ist eine gute Option zum Duplizieren einer Microsite, einer Produktlinien-Website oder einer Markenwebsite, da Sie beim Klonen das Layout, die Navigation und die Struktur schnell einrichten und die Website anschließend nach Bedarf mit neuen Grafiken und Informationen anpassen können.



¹ How Long Does It Take To Build A Website?



Automatische Übertragung von Änderungen auf alle Websites dank Website-Hierarchien

Website-Hierarchien ermöglichen Ihnen die zentrale Steuerung des Markenauftritts und der Inhalte auf Unternehmensebene, während lokale Franchisenehmer oder Vertreter die Möglichkeit haben, regional spezifische Elemente ihrer Websites zu verwalten. Beispielsweise verfügen große Finanzinstitute, Einzelhändler, Versicherungen, Immobilienunternehmen und andere Organisationen in der Regel über eine Unternehmenswebsite und Dutzende bis Hunderte von lokalen Websites, um ihre Kunden optimal betreuen zu können.

Mit Website-Hierarchien können Sie Änderungen an dem Branding und den Inhalten auf der übergeordneten (Unternehmens-)Website vornehmen und relevante Aktualisierungen automatisch auf alle untergeordneten (lokalen) Websites übertragen. Zudem können Sie den Verantwortlichen für lokale Websites Berechtigung erteilen, Inhalte in bestimmten Bereichen oder auf bestimmten Seiten, beispielsweise auf einer Seite mit lokalen Informationen oder Kontaktdaten, zu aktualisieren.

2. Konsistenz über alle Websites und Kanäle hinweg

Die Gewährleistung einer einheitlichen Markenpräsenz über mehrere Websites und Kanäle hinweg kann eine Herausforderung sein, doch dieser Aufwand lohnt sich. Eine Studie von Forbes zeigt, dass eine konsistente Markendarstellung über alle Plattformen hinweg den Umsatz um bis zu 23 % steigern kann. Dieser Umsatzanstieg verdeutlicht den Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung Ihrer Marke durch die Kunden und Ihrem Markenwert.²

Erfreulicherweise kann eine flexible DXP Ihre Marketingteams dabei unterstützen, Websites zu erstellen, die den Markenrichtlinien entsprechen, und gleichzeitig die Erstellung und Bereitstellung von Inhalten durch ein hybrides Headless CMS für verschiedene Websites zu optimieren. Headless Content Management trennt Inhalte von Designelementen, sodass genehmigte, markenkonforme Inhalte über Headless APIs auf verschiedenen Kanälen angezeigt werden können. Native Funktionalitäten zur Website-Erstellung bieten wichtige Features, um sicherzustellen, dass die Markenrichtlinien auf allen Seiten der Website eingehalten werden.

Wichtige Features, auf die Sie bei der Wahl eines hybriden CMS achten sollten:

Website Templates

Mit Vorlagen können Ihre Teams festlegen, wie Ihre Inhalte auf Ihrer Website für Ihre Zielgruppe angezeigt werden sollen. Sie können definieren, welche Elemente wie Überschriften, Grafiken, Texte und Banner auf einer Seite erscheinen sollen und wo sie platziert werden. Templates lassen sich entweder auf die gesamte Website oder auf eine Sammlung ähnlicher Inhalte wie Artikel, Pressemitteilungen, Blogbeiträge und Produktseiten anwenden. Die Verwendung von Templates beschleunigt dabei nicht nur die Erstellung von Websites, sondern trägt auch zur Einhaltung der Markenidentität bei und verringert das Risiko von Designinkonsistenzen.

Wiederverwendbare Komponenten

Erstellen Sie wiederverwendbare Komponenten für Kopf- und Fußzeilen, Navigationsleisten, Call-to-Actions und vieles mehr, um Elemente zu standardisieren und die Seitenerstellung zu beschleunigen. Durch die Verwendung dieser vorgefertigten Komponenten stellen Sie außerdem sicher, dass alle Ihre Websites einheitlichen visuellen Standards entsprechen, was zu einem professionellen Markenerlebnis für die Nutzer führt.

Digitale Asset Bibliothek

Ebenso wie Komponenten auf verschiedenen Websites verwendet werden können, können digitale Asset Bibliotheken zwischen Websites gemeinsam genutzt werden, sodass alle dieselben Standardbilder, Videos



² Building Brand Recognition Through Your Content And BI Tools



und Dokumente verwenden. Sie können diese Bibliotheken ebenfalls zum Gruppieren und Organisieren von Inhalten für verschiedene Abteilungen, Teams oder einzelne Projekte und Kampagnen verwenden, für die eine bestimmte Sammlung genehmigter Assets erforderlich ist.

Styleguides

Um die Markenkonsistenz weiter zu stärken, sollten Sie umfassende Stilrichtlinien implementieren. Diese Richtlinien sollten spezifische Vorgaben für alle visuellen Elemente enthalten, einschließlich Typografie, Farbpaletten, Bildmaterial und Abstände. Ihr CMS enthält möglicherweise bereits einige Stilrichtlinien für den Anfang, sollte Ihren Webdesignern jedoch ebenfalls die Möglichkeit geben, ihre eigenen CSS-Dateien einzubinden und eigene Richtlinien zu erstellen. Stilrichtlinien können Ihren Teams dabei helfen, ein einheitliches Erscheinungsbild auf allen Websites zu gewährleisten, unabhängig von deren spezifischem Zweck oder Zielgruppe.

Headless Delivery

Wenn es darauf ankommt, dass Ihre genehmigten, markenkonsistenten Inhalte auf verschiedenen Geräten und Kanälen verfügbar sind, benötigen Sie eine Publishing-Umgebung, die Headless Delivery unterstützt. Headless APIs ermöglichen es Ihren Frontend-Entwicklern, mit ihrer bevorzugten Technologie (darunter React, Angular, Vue) umfangreichere und reaktionsschnellere User Experiences bereitzustellen. Diese digitalen Erlebnisse umfassen Mobilgeräte, Apps, Chatbots, Wearables und IoT-/Smart-Geräte.

3. Beschleunigung der Website-Lokalisierung

Wenn Sie auf internationale und mehrsprachige Märkte expandieren oder Ihre dortige Präsenz ausbauen möchten, ist es von entscheidender Bedeutung, mit Ihren Kunden in ihrer Landessprache zu kommunizieren. Tatsächlich bevorzugen 76 % der Online-Käufer den Kauf von Produkten auf Websites in ihrer Landessprache, und 40 % kaufen grundsätzlich nicht auf Websites, die nicht in ihrer Sprache lokalisiert sind.³

Vereinfachen Sie die Lokalisierung Ihrer Website durch den Einsatz von Technologien, die Ihnen die erforderlichen Funktionalitäten für die Erstellung und Verwaltung mehrsprachiger Websites bieten.

Wenn Sie auf internationalen Märkten erfolgreich sein möchten, sollten Sie die folgenden Features in Betracht ziehen:

Mehrsprachige Inhaltsbearbeitung

Redakteure können innerhalb der CMS-Oberfläche zwischen verschiedenen Sprachen wechseln, um Inhalte in mehreren Sprachen gleichzeitig anzupassen und zu überprüfen.

KI-gestützte Übersetzung

Dank integrierter KI-gestützter Übersetzung können Content Teams mit einem einzigen Klick Übersetzungen in mehrere Sprachen erstellen, die als Grundlage für ein Übersetzungsprojekt dienen können.

Übersetzungs-Workflows

Viele DXPs lassen sich in externe Translation-Management-Systeme (TMS) integrieren, sodass Nutzer Inhalte direkt zur Übersetzung senden, übersetzte Versionen empfangen und den Überprüfungsprozess innerhalb des Content Management Systems der DXP verwalten können.

Lokale Einstellungen

Ein CMS kann Datum, Uhrzeit, Währung und andere lokale Elemente automatisch an die vom Nutzer gewählte Sprache anpassen.

URL-Verwaltung

Verwalten und legen Sie verschiedene URLs für die gewünschten Sprachen fest. Richten Sie benutzerfreundliche URLs ein, damit sich Ihre Kunden diese besser merken können sowie Suchmaschinen und andere Tools Ihre Website leichter auffinden können.



³ Analyzing Consumer Language Preferences and Behaviors in 29 Countries

4. Zentralisierung der Website-Verwaltung für eine vereinfachte Administration

Die Verwaltung zahlreicher Websites kann eine große Herausforderung darstellen. Ganz gleich, ob Sie mehrere Unternehmenswebsites, Blogs oder Kampagnenwebsites betreiben – die Verwaltung der verschiedenen Domains, Content Management Systeme und Hosting-Plattformen ist ein komplexer Prozess, der schnell zu einer enormen Arbeitsbelastung werden kann. Durch die Konsolidierung all Ihrer Websites auf einer einzigen Plattform kann eine DXP Ihnen dabei helfen, die Verwaltung Ihrer Websites zu optimieren, insbesondere wenn diese in der Cloud bereitgestellt werden.

Über eine zentrale Konsole können Sie mit einem einzigen Login auf alle Ihre Websites zugreifen, sodass Sie ganz einfach zwischen verschiedenen Websites wechseln und wichtige Verwaltungsfunktionen an einem Ort ausführen können.

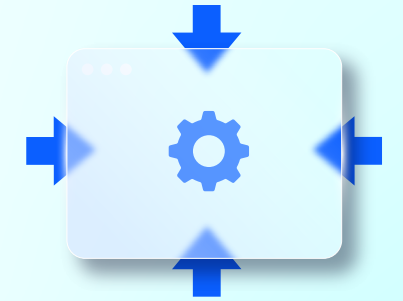
Diese zentrale Steuerung vereinfacht die Verwaltung der Website und bietet eine umfassende Plattform, mit der Sie verschiedene Aufgaben erledigen können:

Rollen und Berechtigungen einrichten

Zu den wichtigsten Elementen eines Rollen- und Berechtigungssystems gehören:

- **Verschiedene Rollentypen** wie Website-Administrator, Redakteur und benutzerdefinierte Rollen, denen unterschiedliche Berechtigungen zugewiesen werden können.
- **Detaillierte Berechtigungen** für Inhaltsaktionen, beispielsweise die Zuweisung von Rechten zum Erstellen, Überprüfen, Bearbeiten, Löschen oder Veröffentlichen.
- **Gruppenberechtigungen für die Zuweisung** von Berechtigungen an Teams oder Abteilungen.
- **Klare Übersicht** darüber, wer Zugriff auf die Plattform hat.
- **Berechtigungen auf individueller Inhaltsebene**, um sicherzustellen, dass nur autorisierte Nutzer zugewiesene Aktionen für spezifische Assets auf Ihrer Website ausführen können.

Darüber hinaus sollte Ihre DXP in der Lage sein, Nutzer über LDAP, SCIM, SAML 2.0 oder OpenID Connect zu synchronisieren und zu verifizieren.





Bereitstellung von Website-Metriken

DXPs ermöglichen es, wichtige Performance-Kennzahlen an einem Ort zu bündeln und Ihren Stakeholdern zugänglich zu machen, damit diese Verbesserungsmöglichkeiten erkennen können. Während einige DXPs mit Analysetools wie Google Analytics und Semrush integriert sind, bieten andere DXPs auch eigene Analyse-Dashboards, die nützliche Daten wie die folgenden bereitstellen:

- **Verhaltensmetriken.** Traffic- und Pfadanalysen liefern Einblicke in Navigationsmuster und zeigen, wo Kunden nicht weiterkommen.
- **Website-Metriken.** Seitenaufrufe, Top-Seiten, Suchbegriffe und Interessen sowie Besucherzahlen pro Tag können Aufschluss darüber geben, welche Seiten wichtiger sind und welche regelmäßig aktualisiert werden müssen.
- **Asset-Metriken.** Die Anzahl der Downloads und die Interaktionsraten für verschiedene Assets, einschließlich heruntergeladener Dateien, geben Aufschluss darüber, welche Inhalte Kunden am hilfreichsten finden und welche Assets priorisiert werden sollten.



Überwachen Sie die Performance Ihrer Website

Wenn Sie ein Problem mit Ihrer Website haben, benötigen Sie Tools, um technische Probleme schnell zu diagnostizieren und zu beheben. Ihre Hosting-Umgebung stellt Ihnen möglicherweise Cloud Tools zur Überwachung der Website Performance zur Verfügung, mit denen Ihre Administrator- und Entwicklerteams Projektaktivitäten verfolgen, Dienste konfigurieren und technische Probleme beheben können. Diese Tools können Folgendes umfassen:

- **Anwendungsmetriken**, mit denen Sie den Anwendungsspeicher, die CPU-Auslastung und die Netzwerkdatenübertragung verfolgen können.
- **Echtzeit-Warnmeldungen**, die Administratoren über unerwartete Ereignisse wie überdurchschnittlich hohen Speicherverbrauch und Probleme mit der Datenbankverbindung informieren.
- **Umgebungsprotokolle**, die durch die Protokollierung von Laufzeit-, Orchestrierungs- und Build-Informationen bei der Diagnose und Behebung technischer Probleme helfen können.
- **Shell-Zugriff**, mit dem Sie in Anwendungen hineinsehen und Details erkennen können, die in Protokollen nicht ohne Weiteres zu finden sind.

5. Auslagerung von Hosting und Website-Betrieb

Wenn Sie Ihre Websites selbst verwalten und hosten, sind Sie verantwortlich für alle Aspekte im Zusammenhang mit Ihrer DXP oder CMS Software, Sicherheitsupdates, Serverwartung und anderen kritischen Aufgaben, die sich auf die Verfügbarkeit Ihrer Website auswirken. Da Ihre IT-Ressourcen begrenzt sind, können Sie diese Aufgaben auch an einen Cloud-Anbieter auslagern und sich so ganz auf das Wachstum Ihres Unternehmens konzentrieren, anstatt sich um die Verwaltung, das Hosting und die Skalierung Ihrer Webanwendungen und Infrastruktur kümmern zu müssen.

Hier sind einige der wichtigsten Hosting und Web Services, die ein geeigneter Partner für Sie bereitstellen kann:

Updates für Webanwendungen

Regelmäßige Upgrades Ihrer DXP, Fehlerbehebungen oder andere Updates sorgen dafür, dass Ihre Anwendungen reibungslos laufen und Ihr Team immer über die neuesten produktivitätssteigernden Features verfügt.

Wartung der Serverinfrastruktur

Ihr Anbieter kann sicherstellen, dass Ihre Server über ausreichend Rechenleistung und Arbeitsspeicher verfügen, um alle Ihre Websites zu unterstützen. Der Anbieter kann zudem Updates für Ihre Datenbank, Ihren Webserver und Ihre Suche verwalten und verschiedene Aspekte der Leistung optimieren.

Sicherheitsmaßnahmen

Regelmäßige Sicherheitsscans und Updates identifizieren Schwachstellen schnell und beheben sie. Sicherheitsmaßnahmen können zudem DDoS-Abwehr bieten, um Cyberangriffe abzuwehren. Darüber hinaus können hohe Verfügbarkeiten und automatisierte Disaster-Recovery-Optionen Ihre Umgebung noch widerstandsfähiger machen.

Automatische Skalierung

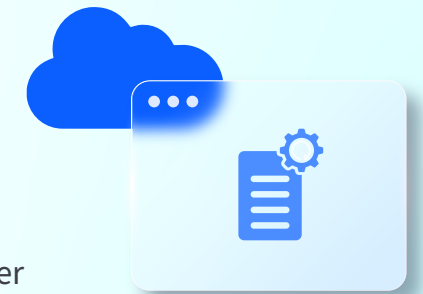
Ihre Hosting-Umgebung kann Serverressourcen automatisch an den Serverbedarf anpassen, sodass Ihre Website auch bei plötzlichen Traffic Peaks verfügbar bleibt und reibungslos funktioniert.

Backup und Wiederherstellung

Regelmäßig getestete Backup-Verfahren und automatische Backups gewährleisten, dass Daten im Notfall wiederhergestellt werden können.

Überwachung der Verfügbarkeit und Warnmeldungen

Die Echtzeitüberwachung der Serverleistung und Website-Verfügbarkeit sowie automatische Warnmeldungen informieren Administratoren über potenzielle Probleme.



Wie die richtige DXP Sie unterstützen kann

Die Verwaltung mehrerer Websites muss nicht mehr zeitaufwändig oder schwierig sein. Mit einer leistungsstarken Digital Experience Platform wie Liferay DXP können Sie eine erfolgreiche Multisite-Strategie optimieren und umsetzen.

Nutzen Sie das hybride Multisite CMS von Liferay DXP, um neue Websites schnell zu erstellen, Aktualisierungen auf mehreren Websites vorzunehmen und sicherzustellen, dass Ihre digitalen Assets unabhängig vom Gerät oder Kanal eine einheitliche Markenidentität bewahren. Darüber hinaus vereinfachen Sie die tägliche Verwaltung mit dem integrierten Berechtigungssystem, den Analyseberichten und den Performance Tools von Liferay DXP.

Schließlich können Sie Ihre Websites mit SaaS- und PaaS-Bereitstellungsoptionen ganz nach Ihren Anforderungen bereitstellen und dabei einen Teil oder die gesamten Hosting- und Weboperationen an unsere Cloud-Experten auslagern.

Die Optimierung der Verwaltung mehrerer Websites ist jedoch möglicherweise nur eines Ihrer Ziele. Erfahren Sie, wie Sie mit einer DXP außerdem die Agilität steigern, die Sicherheit erhöhen und Self-Service- oder Commerce-Funktionalitäten auf Ihren Websites ermöglichen können.

Jetzt E-Book herunterladen



AGIA Versicherung beschleunigt den Rollout von mehr als 300 Kunden-Websites

Vor der Neugestaltung ihrer Websites verfügte AGIA über eine SaaS-basierte Plattform zur Erstellung und Verwaltung ihrer Websites. Die Plattform war ohne IT-Support nur schwer zu bedienen und erschwerte die schnelle Einführung neuer Websites oder Features. Durch den Wechsel zu Liferay DXP konnte AGIA nicht nur die Einführung von über 300 Websites in nur 9 Monaten abschließen, sondern auch die Zeit für die Erstellung neuer, personalisierter Websites von Wochen auf Tage reduzieren.

Erfahren Sie [hier](#), wie dies umgesetzt wurde.



Liferay hilft Unternehmen, die Zukunft zu gestalten, indem es ihnen ermöglicht, leistungsstarke Lösungen auf der weltweit flexibelsten Digital Experience Platform (DXP) zu erstellen, zu verwalten und zu skalieren. Die Open-Source-DXP von Liferay wird weltweit von mehr als tausend Unternehmen aus den verschiedensten Branchen eingesetzt und erleichtert die Entwicklung von Marketing- und Commerce-Websites, Kundenportalen, Intranets und vielem mehr. Erfahren Sie, wie wir die Welt gemeinsam mit Technologie verändern können – auf liferay.com.

© 2025 Liferay, Inc. Alle Rechte vorbehalten.