



15 PUNKTE · 5 BEREICHE · 30 MINUTEN

Website- Checkliste

*Für eine Website, die Vertrauen schafft und
Anfragen bringt.*



Klarheit



Vertrauen



Technik



Sichtbarkeit



Anfragen

Eine gute Website muss nicht kompliziert sein.

Sie muss nur ein paar Dinge zuverlässig richtig machen: klar sagen, was du anbietest, Vertrauen aufbauen, technisch sauber laufen, gefunden werden und Besucher zur Anfrage führen.

Mit dieser Checkliste prüfst du deine Website in rund 30 Minuten mit den Augen eines neuen Besuchers. Weil sie in fünf Bereiche gegliedert ist, siehst du am Ende nicht nur, wie gut deine Seite insgesamt dasteht, sondern auch, wo dein größter Hebel liegt.

So funktioniert's

- 1 Öffne deine Website – am besten einmal auf dem Smartphone und einmal am Rechner.
- 2 Beantworte jede der 45 Fragen ehrlich mit **Ja** (2 Punkte), **Teilweise** (1 Punkt) oder **Nein** (0 Punkte). Du kannst direkt im PDF ankreuzen oder die Checkliste ausdrucken.
- 3 Zähle am Ende jedes Bereichs deine Punkte zusammen und trage sie in den Auswertungsbogen ein.

GUT ZU WISSEN

Sei streng mit dir. Wenn du bei einer Frage zögerst, lautet die ehrliche Antwort meistens „Teilweise“.

Die fünf Bereiche

A	Klarheit	Versteht man sofort, worum es geht?
B	Vertrauen	Wirkt deine Website glaubwürdig?
C	Technik	Läuft deine Website sauber und sicher?
D	Sichtbarkeit	Wirst du gefunden?
E	Anfragen	Führt deine Website zum nächsten Schritt?





BEREICH A

Klarheit

Versteht man sofort, worum es geht?

Besucher entscheiden in wenigen Sekunden, ob sie bleiben. Wer nicht sofort versteht, was du anbietest und ob es zu ihm passt, ist wieder weg – ganz egal, wie schön die Seite gestaltet ist.

01 Ist in fünf Sekunden klar, was du anbietest?

Die Hauptaussage gehört in den ersten sichtbaren Bereich deiner Startseite – ohne Scrollen und ohne Rätselraten. Eine konkrete Überschrift schlägt jeden cleveren Slogan.

	Ja	Teilweise	Nein
Steht deine Hauptleistung ohne Scrollen sichtbar auf der Startseite?	☐	☐	☐
Ist die Überschrift konkret (z. B. „Physiotherapie in Konstanz“) statt allgemein („Herzlich willkommen“)?	☐	☐	☐
Versteht ein Fremder in fünf Sekunden, was du machst? Zeig die Seite jemandem und frag nach.	☐	☐	☐

02 Weiß deine Zielgruppe, dass sie gemeint ist?

Menschen fragen an, wenn sie sich verstanden fühlen. Gute Texte beschreiben nicht nur Leistungen, sondern die Situation, die Probleme und die Ziele deiner Kunden – und welchen Nutzen du ihnen bringst.

	Ja	Teilweise	Nein
Ist erkennbar, für wen dein Angebot gedacht ist?	☐	☐	☐
Sprichst du konkrete Probleme und Wünsche deiner Kunden an?	☐	☐	☐
Beschreibst du den Nutzen („Was habe ich davon?“) statt nur die Leistung?	☐	☐	☐



03 Passt deine Website zu deinem heutigen Business?

Viele Websites zeigen einen Stand von vor Jahren. Haben sich Angebot, Preise oder Zielgruppe verändert, sendet die Seite die falschen Signale – oder zieht die falschen Kunden an.

	Ja	Teilweise	Nein
Sind alle Leistungen und Texte auf dem aktuellen Stand?	☐	☐	☐
Passen Bilder und Tonalität zu dem, wie du heute arbeitest?	☐	☐	☐
Unterstützt die Website deine aktuellen Ziele, z. B. mehr Anfragen für ein bestimmtes Angebot?	☐	☐	☐

SOFORT-TIPP

Der Fünf-Sekunden-Test: Zeig deine Startseite einer Person, die dein Business nicht kennt, für fünf Sekunden. Frag danach: „Was biete ich an – und für wen?“ Stimmt die Antwort nicht, beginnt die Arbeit bei der Überschrift.

ZWISCHENSUMME BEREICH A

Deine Punkte in „Klarheit“

Ja = 2 · Teilweise = 1 · Nein = 0

/ 18



B

BEREICH B

Vertrauen

Wirkt deine Website glaubwürdig?

Niemand fragt bei jemandem an, dem er nicht vertraut. Vertrauen entsteht durch einen professionellen ersten Eindruck, durch Persönlichkeit und durch Belege dafür, dass andere mit dir gute Erfahrungen gemacht haben.

04 Wirkt deine Website professionell und stimmig?

Der erste Eindruck entscheidet mit darüber, ob Besucher dein Angebot als hochwertig einschätzen. Ein ruhiges, einheitliches Design wirkt professioneller als viele Effekte.

	Ja	Teilweise	Nein
Wirkt das Design modern und nicht veraltet?	☐	☐	☐
Passen Farben, Schriften und Bilder zusammen – und zwar auf allen Seiten?	☐	☐	☐
Ist die Seite aufgeräumt, mit genügend Weißraum und klarer Struktur?	☐	☐	☐

05 Zeigst du die Menschen hinter dem Unternehmen?

Gerade bei Dienstleistungen kaufen Menschen bei Menschen. Echte Fotos und eine persönliche Über-mich-Seite schaffen eine Nähe, die kein Stockfoto ersetzen kann.

	Ja	Teilweise	Nein
Gibt es echte Fotos von dir oder deinem Team statt austauschbarer Stockbilder?	☐	☐	☐
Erfährt man auf einer Über-mich-Seite, wer du bist und wie du arbeitest?	☐	☐	☐
Sind deine Texte konkret statt voller Floskeln wie „Qualität und Kreativität“?	☐	☐	☐



06 Gibt es Belege, dass andere dir vertrauen?

Kundenstimmen, Referenzen und Projektbeispiele sind die stärksten Vertrauenssignale. Sie wirken am besten dort, wo Besucher sich entscheiden – also nah an Angeboten und Kontaktmöglichkeiten.

	Ja	Teilweise	Nein
Zeigst du echte Kundenstimmen mit Namen und im besten Fall mit Foto?	☐	☐	☐
Gibt es Referenzen, Projektbeispiele oder Vorher-nachher-Vergleiche?	☐	☐	☐
Stehen diese Belege dort, wo Besucher eine Entscheidung treffen?	☐	☐	☐

SOFORT-TIPP

Bitte drei zufriedene Kundinnen oder Kunden um zwei, drei Sätze zu eurer Zusammenarbeit. Frag gezielt: „Wie war die Situation vorher – und was hat sich verändert?“ So bekommst du Stimmen, die mehr sagen als „Alles super“.

ZWISCHENSUMME BEREICH B

Deine Punkte in „Vertrauen“

Ja = 2 · Teilweise = 1 · Nein = 0

/ 18





BEREICH C

Technik

Läuft deine Website sauber und sicher?

Technische Schwächen sieht man nicht immer auf den ersten Blick, aber Besucher spüren sie. Lange Ladezeiten, eine holprige Handyansicht oder veraltete Software kosten Vertrauen und Anfragen.

07 Funktioniert deine Website auf dem Smartphone einwandfrei?

Ein großer Teil deiner Besucher kommt über das Handy. Texte, Bilder, Buttons und Formulare müssen auf kleinen Bildschirmen deshalb genauso gut funktionieren wie am Rechner.

	Ja	Teilweise	Nein
Sind alle Texte mobil gut lesbar, ohne dass man zoomen muss?	☐	☐	☐
Lassen sich Buttons und Links bequem mit dem Daumen antippen?	☐	☐	☐
Passt alles in die Bildschirmbreite, ohne seitliches Scrollen?	☐	☐	☐

08 Lädt deine Website schnell?

Jede Sekunde Wartezeit erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Besucher abspringen. Typische Bremsen sind zu große Bilder, unnötige Plugins und aufwendige Effekte.

	Ja	Teilweise	Nein
Zeigt PageSpeed Insights (pagespeed.web.dev) mobil einen grünen Wert? Ein oranger Wert zählt als „Teilweise“.	☐	☐	☐
Sind Bilder komprimiert und in modernen Formaten wie WebP eingebunden?	☐	☐	☐
Verzichtest du auf unnötige Plugins, Slider und schwere Effekte?	☐	☐	☐



09 Ist deine Website sicher und rechtlich sauber?

Eine veraltete Website ist ein Sicherheitsrisiko, und fehlende Pflichtangaben können teuer werden. Regelmäßige Updates, Backups und vollständige Rechtstexte gehören zur Grundausstattung.

	Ja	Teilweise	Nein
Läuft deine Website über HTTPS (Schloss-Symbol im Browser)?	☐	☐	☐
Sind Impressum, Datenschutzerklärung und bei Bedarf ein Cookie-Banner vorhanden und im Footer erreichbar?	☐	☐	☐
Werden WordPress bzw. System, Theme und Plugins regelmäßig aktualisiert und gesichert?	☐	☐	☐

SOFORT-TIPP

Öffne pagespeed.web.dev, gib deine Adresse ein und sieh dir den Bereich „Diagnose“ an. Dort steht meist schwarz auf weiß, was deine Seite ausbremst – oft sind es schlicht zu große Bilder.

ZWISCHENSUMME BEREICH C

Deine Punkte in „Technik“

Ja = 2 · Teilweise = 1 · Nein = 0

/ 18





BEREICH D

Sichtbarkeit

Wirst du gefunden?

Die schönste Website bringt nichts, wenn niemand sie findet. Gerade für lokale Dienstleister entscheiden saubere SEO-Grundlagen und ein gepflegtes Google-Profil darüber, ob Interessenten bei dir landen oder bei der Konkurrenz.

10 Sind die SEO-Grundlagen vorhanden?

Suchmaschinen brauchen klare Signale dafür, worum es auf einer Seite geht. Saubere Überschriften, aussagekräftige Seitentitel und eine logische Struktur sind die Basis.

	Ja	Teilweise	Nein
Hat jede wichtige Seite ein klares Hauptthema mit genau einer H1-Überschrift?	☐	☐	☐
Hat jede Seite einen eigenen Seitentitel und eine eigene Meta-Beschreibung?	☐	☐	☐
Sind die URLs kurz und verständlich, z. B. /leistungen/ statt /?p=123?	☐	☐	☐

11 Wirst du in deiner Region gefunden?

Wer nach „Physiotherapie Konstanz“ oder „Coaching Friedrichshafen“ sucht, sieht oft zuerst die Karte mit lokalen Einträgen. Ein vollständiges Google-Unternehmensprofil ist deshalb einer der schnellsten Wege zu mehr Sichtbarkeit.

	Ja	Teilweise	Nein
Hast du ein vollständig ausgefülltes Google-Unternehmensprofil?	☐	☐	☐
Nennt deine Website Ort und Region, z. B. in Überschriften und Kontaktdaten?	☐	☐	☐
Sammelst du aktiv Google-Bewertungen von zufriedenen Kunden?	☐	☐	☐



12 Sind deine Seiten sinnvoll miteinander verlinkt?

Interne Links helfen Besuchern beim Weiterlesen und zeigen Google, welche Seiten zusammengehören. Besonders Blogartikel sollten zu passenden Leistungen führen.

	Ja	Teilweise	Nein
Verlinken inhaltlich passende Seiten aufeinander?	☐	☐	☐
Führen Blogartikel zu deinen Leistungsseiten oder zum Kontakt?	☐	☐	☐
Gibt es keine Sackgassen, also Seiten ohne weiterführenden Link?	☐	☐	☐

SOFORT-TIPP

Such bei Google nach deiner Leistung plus deinem Ort – genau so, wie es ein Kunde tun würde. Taucht dein Unternehmen auf der Karte auf? Wenn nicht, ist das Google-Unternehmensprofil dein schnellster Hebel. Es ist kostenlos und schnell angelegt.

ZWISCHENSUMME BEREICH D

Deine Punkte in „Sichtbarkeit“

Ja = 2 · Teilweise = 1 · Nein = 0

/ 18





BEREICH E

Anfragen

Führt deine Website zum nächsten Schritt?

Am Ende zählt, ob aus Besuchern Anfragen werden. Dafür braucht es eine klare Führung: Besucher müssen jederzeit wissen, wo sie sind, was sie als Nächstes tun können und wie sie dich ohne Hürden erreichen.

13 Finden sich Besucher sofort zurecht?

Eine gute Navigation ist kurz und selbsterklärend. Leistungen, Informationen über dich und der Kontakt sollten mit höchstens zwei Klicks erreichbar sein.

	Ja	Teilweise	Nein
Hat dein Menü wenige, verständlich benannte Punkte statt Fachbegriffen?	☐	☐	☐
Findet man Leistungen, Über mich und Kontakt mit höchstens zwei Klicks?	☐	☐	☐
Funktioniert das Menü auch auf dem Smartphone reibungslos?	☐	☐	☐

14 Gibt es auf jeder wichtigen Seite einen klaren nächsten Schritt?

Eine gute Website lässt Besucher nicht allein. Jede wichtige Seite endet mit einer klaren Handlungsaufforderung – etwa „Erstgespräch vereinbaren“ oder „Angebot anfordern“.

	Ja	Teilweise	Nein
Gibt es auf Startseite und Leistungsseiten gut sichtbare Buttons zur Anfrage?	☐	☐	☐
Sagt der Button konkret, was passiert („Erstgespräch buchen“ statt „Mehr“)?	☐	☐	☐
Taucht die Handlungsaufforderung an mehreren sinnvollen Stellen auf, nicht nur ganz unten?	☐	☐	☐



15 Ist die Kontaktaufnahme einfach?

Jede Hürde kostet Anfragen: zu viele Formularfelder, versteckte Kontaktdaten oder Unklarheit darüber, was nach dem Absenden passiert. Je leichter der Weg, desto mehr Menschen gehen ihn.

	Ja	Teilweise	Nein
Sind E-Mail-Adresse und Telefonnummer mobil mit einem Tipp erreichbar?	☐	☐	☐
Fragt dein Kontaktformular nur das Nötigste ab und enthält einen kurzen Datenschutzhinweis?	☐	☐	☐
Erfahren Besucher, was nach der Anfrage passiert, z. B. „Ich melde mich innerhalb von 24 Stunden“?	☐	☐	☐

SOFORT-TIPP

Schick dir selbst eine Anfrage über dein Kontaktformular – vom Handy aus. Kommt sie an? Wie lange hat es gedauert? Gibt es eine Bestätigung? Du wirst überrascht sein, wie oft genau hier etwas hakt.

ZWISCHENSUMME BEREICH E

Deine Punkte in „Anfragen“

Ja = 2 · Teilweise = 1 · Nein = 0

/ 18



Deine Auswertung

Übertrage die Zwischensummen aus den fünf Bereichen und addiere sie zu deiner Gesamtpunktzahl.

A	Klarheit		/ 18
B	Vertrauen		/ 18
C	Technik		/ 18
D	Sichtbarkeit		/ 18
E	Anfragen		/ 18
Gesamt			/ 90

**72–90**

Punkte

Starke Basis

Deine Website wirkt professionell und führt Besucher zur Anfrage. Mit Feinschliff im schwächsten Bereich holst du noch mehr heraus.

**45–71**

Punkte

Solide, mit Potenzial

Die Grundlagen stimmen, doch an einigen Stellen gehen dir wahrscheinlich Anfragen verloren. Kümmere dich zuerst um deinen schwächsten Bereich.

**0–44**

Punkte

Deine Website bremst dich aus

Vermutlich kostet sie dich mehr Anfragen, als sie bringt. Hier lohnt sich eine gezielte Überarbeitung – oder ein durchdachter Neustart.



Wo fängst du an?

Schau, in welchem Bereich du die wenigsten Punkte hast. Dort bringen schon kleine Verbesserungen meist die spürbarste Wirkung. So gehst du vor:

A

Schwächster Bereich: Klarheit

Botschaft, Überschriften und Texte schärfen, damit Besucher sofort verstehen, was du anbietest und für wen.

B

Schwächster Bereich: Vertrauen

Design, echte Fotos und Kundenstimmen so einsetzen, dass deine Website glaubwürdig und persönlich wirkt.

C

Schwächster Bereich: Technik

Ladezeit, Handyansicht und Sicherheit optimieren – und mit regelmäßiger Wartung dauerhaft stabil halten.

D

Schwächster Bereich: Sichtbarkeit

SEO-Grundlagen, Google-Unternehmensprofil und interne Verlinkung aufbauen, damit dich die richtigen Menschen finden.

E

Schwächster Bereich: Anfragen

Navigation, Buttons und Kontaktwege so gestalten, dass aus Besuchern Anfragen werden.



DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Lass uns gemeinsam auf deine Website schauen.

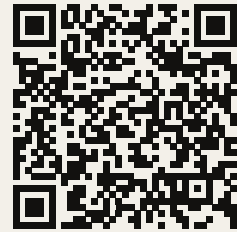
Die eigene Website objektiv zu beurteilen ist schwer – man kennt sie einfach zu gut. Im kostenlosen Website-Check sehe ich mir deine Seite mit dem Blick einer neuen Besucherin an und zeige dir in 15 Minuten, wo deine größten Hebel liegen. Unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.

KOSTENLOSER WEBSITE-CHECK

15 Minuten, die sich lohnen

Per Video oder Telefon · mit konkreten Empfehlungen

[Jetzt Termin anfragen →](#)



Scannen & Termin anfragen



Katja Sielisch

Webdesign am Bodensee · Konstanz

Ich gestalte Websites für Coaches, Trainer, Dienstleister und kleine Unternehmen rund um den Bodensee – in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Persönlich, klar strukturiert und so, dass sie Anfragen bringen.

info@webbearsolutions.com

webbearsolutions.com



Webbearsolutions