

Die Website- Checkliste.

Für Ihren Betrieb.

24 Punkte, mit denen Sie in wenigen Minuten selbst prüfen,
ob Ihre Website wirklich für Sie arbeitet.

24

Prüfpunkte.
6 Themenbereiche.

Website öffnen. Häkchen setzen.

Gehen Sie die Liste Punkt für Punkt durch.
Alles, was noch offen bleibt, ist ein guter
Ausgangspunkt für die nächsten Änderungen.

Für Handwerker, Praxen und Gastronomie in München und Umgebung. Nehmen Sie
sich etwa zehn Minuten Zeit.

01 Mobil & Tempo

Die meisten Menschen suchen einen Betrieb heute am Handy, nicht am Schreibtisch. Wenn hier etwas hakt, verlieren Sie Besucher, bevor sie überhaupt etwas von Ihnen gesehen haben.

☐ **Die Website ist zuerst für das Handy gebaut, nicht nur verkleinert.**

Große Tasten, kurze Wege, alles mit dem Daumen bedienbar, nicht nur eine geschrumpfte Desktop-Version.

☐ **Die Seite lädt in unter drei Sekunden, auch bei schwachem Empfang.**

Wer auf der Baustelle oder im Keller sucht, hat keine Geduld für eine langsame Seite.

☐ **Fotos sind komprimiert statt unbearbeitet hochgeladen.**

Riesige Originaldateien sind die häufigste Bremse für Ladezeit auf dem Handy.

☐ **Menüs und Buttons lassen sich ohne Verzoomen bedienen.**

Kein Text, der erst durch Heranzoomen lesbar wird.

02 Vertrauen schaffen

Menschen wollen sehen, wer zu ihnen nach Hause kommt oder wer sie behandelt. Das entscheidet oft schon vor dem ersten Kontakt.

☐ **Echte Fotos von Ihnen, Ihrem Team oder Ihren Räumen statt Stockbilder.**

Ein ehrliches Handyfoto wirkt glaubwürdiger als jede gestellte Agenturaufnahme.

☐ **Leistungen sind konkret beschrieben, keine austauschbaren Worthülsen.**

Besucher sollen in Sekunden verstehen, was Sie genau anbieten.

☐ **Referenzen oder abgeschlossene Projekte sind sichtbar.**

Fertige Arbeiten sind die beste Referenz, die Sie haben.

☐ **Adresse, Öffnungszeiten und Kontaktdaten stimmen überall gleich.**

Website, Google-Unternehmensprofil und Social Media zeigen dieselben Angaben.

03 Gefunden werden

Eine schöne Seite bringt wenig, wenn sie bei der Suche in Ihrer eigenen Gegend nicht auftaucht.

- ☐ **Das Google-Unternehmensprofil ist eingerichtet, verifiziert und mit der Website verknüpft.**

Für viele Betriebe der erste Kontaktpunkt überhaupt, kostenlos und schnell gepflegt.

- ☐ **Ort und Einzugsgebiet stehen klar auf der Website.**

Nennen Sie konkret München, den Stadtteil oder die Umgebung, in der Sie arbeiten.

- ☐ **Neue Bewertungen bekommen zeitnah eine Antwort.**

Zeigt Interessenten, dass hinter dem Profil ein aktiver, aufmerksamer Betrieb steht.

- ☐ **Bei einer Suche nach "[Leistung] [Ort]" taucht Ihre Website auf.**

Testen Sie es einfach selbst, so wie es ein neuer Kunde tun würde.

04 Anfragen ermöglichen

Die teuersten Anfragen sind die, die Sie nie sehen, weil es keinen einfachen Weg zu Ihnen gab.

- ☐ **Die Telefonnummer ist von jeder Seite sichtbar, nicht nur im Impressum.**

Niemand sollte danach suchen müssen.

- ☐ **Ein kurzer Weg zur Anfrage: Formular, WhatsApp oder Terminbuchung.**

Wenige Felder, kein Umweg über mehrere Unterseiten.

- ☐ **Anfragen erreichen Sie auch abends und am Wochenende.**

Nicht jede Anfrage kommt während der Arbeitszeit per Anruf.

- ☐ **Nach dem Absenden gibt es eine klare Bestätigung.**

So weiß der Besucher, dass seine Anfrage wirklich angekommen ist.

05 Rechtlich abgesichert

Die Impressumspflicht gilt unabhängig von der Größe des Betriebs. Fehlende Angaben können teuer werden.

- ☐ **Ein vollständiges Impressum ist leicht zu finden und direkt erreichbar.**
§ 5 DDG verlangt leicht erkennbare, unmittelbar erreichbare und ständig verfügbare Pflichtangaben.
- ☐ **Eine aktuelle Datenschutzerklärung ist vorhanden.**
Sollte Kontaktformular, Analyse-Tools und Cookies korrekt abbilden.
- ☐ **Das Kontaktformular ist DSGVO-konform aufgesetzt.**
Passende Rechtsgrundlage, sparsame Datenerhebung und sichere Übertragung.
- ☐ **Es laufen keine unnötigen Tracking-Tools ohne Einwilligung.**
Weniger ist hier oft rechtlich sicherer und für Besucher vertrauenswürdiger.

06 Pflege & Zukunft

Eine Website ist kein Bauwerk, das einmal steht. Irgendjemand muss sich kümmern.

- ☐ **Jemand ist konkret dafür verantwortlich, die Seite aktuell zu halten.**
Nicht "irgendwann mal", sondern eine klare Zuständigkeit.
- ☐ **Kleine Änderungen sind ohne großen Aufwand möglich.**
Neue Fotos, Preise oder Öffnungszeiten sollten in Minuten aktualisiert werden können.
- ☐ **Ihnen gehört die Website tatsächlich, statt sie nur zu mieten.**
Prüfen Sie, ob ein Abo-Modell mit langer Bindung im Kleingedruckten steckt.
- ☐ **Ein Backup der Website existiert.**
Falls doch einmal etwas schiefgeht, sollte nicht alles verloren sein.

Wie viele Häkchen haben Sie gesetzt?

Zählen Sie Ihre Häkchen. Die Einordnung hilft, offene Punkte zu sortieren. Sie ist keine Messung von Anfragen oder Umsatz.

20-24

Sehr gut aufgestellt

Die meisten Grundlagen sind vorhanden. Schauen Sie sich die offenen Punkte noch einmal gezielt an.

12-19

Solide Basis

Ein Teil funktioniert bereits. Beginnen Sie dort, wo Besucher gerade einen unnötigen Umweg machen.

0-11

Die Grundlagen zuerst

Prüfen Sie zuerst die Darstellung am Handy und den Weg zur Anfrage. Danach nehmen Sie sich die übrigen Lücken vor.

Unsicher, wo Sie stehen?

Ich schaue mir Ihren aktuellen Auftritt an und sage Ihnen ehrlich, was sich lohnt und was nicht. Kostenlos, unverbindlich und ohne Fachchinesisch.

Kostenlose Erstanalyse anfordern

+49 1575 6056741

info@lucaknaak.com

kdsprojects.de