

# Webseite Checkliste

digitaler-erfolg.rocks

Diese Checkliste hilft dir bei der Erstellung deiner Webseite. Du kannst Sie als Leitfaden oder als Anleitung nutzen. Schreib dir deine Ziele für deine neue Webseite auf.

## Vorbereitung und Zielsetzung

Eine Webseite ist das A und O deines unternehmerischen Auftritts im Internet. Eine neue Webseite hat es also durchaus verdient, dass du dir über die Zielsetzung – Was willst du mit deiner Seite erreichen – wie auch – Wer ist deine Zielgruppe für deine Webseite – selbst Gedanken machst.

|  | Ja / Nein | Datum |
|--|-----------|-------|
| <b>Zielsetzung</b><br>mehr Neukunden generieren?           |           | Datum |
| mehr Online Anfragen erhalten?                             |           | Datum |
| Erhöhung der Markenerkennung und Markenbildung?            |           | Datum |
| mehr Mitarbeiter Bewerbungen und Mitarbeiterakquisition?   |           | Datum |
| Verkaufsunterstützung für Offline Produkte und Leistungen? |           | Datum |
| mehr Newsletter Abonnenten erhalten?                       |           | Datum |
| Bekanntheit des Unternehmen erhöhen?                       |           | Datum |
| Produkte direkt Online verkaufen?                          |           | Datum |
| Deine persönlichen Ziele:                                  |           | Datum |
| Deine persönlichen Ziele:                                  |           | Datum |

## Zielgruppe

Wer kauft deine Produkte und für wen soll deine Webseite primär sein? Deine ideale Besuchergruppe solltest du möglichst genau beschreiben. Denk bitte daran es geht bei der Webseite nicht darum möglichst viele Besucher zu bekommen, sondern die richtigen Besucher, also die Besucher, die du wirklich brauchst.

Wenn du eine Sales Page zum Beispiel aufbaust, dann brauchst du Besucher, die möglichst ein Kaufinteresse an diesem Produkt haben. Versuch dir deinen Traum-Besucher also möglichst genau vorzustellen. Wenn du feststellst, dass sich deine Zielgruppen stark unterscheiden, aber dennoch das gleiche Produkt bei dir kaufen, kann es sogar Sinn machen für jede Zielgruppe eine eigene Webseite zu erstellen.

Was ist für deine Zielgruppe wichtig - Woher kommen Sie? Wie alt sind Sie? Was für ein Geschlecht haben Sie und was für andere Interessen oder Hobbys. Die Texte der Homepage, das Layout und auch alles andere werden später so aufgebaut, dass es vor allem deine Zielgruppe anspricht.

Ja / Nein

|   | Ja / Nein | Datum |
|---|-----------|-------|
| <b>Zielgruppen definieren</b>                               |           |       |
| Alter deiner üblichen Zielgruppe                            |           | Datum |
| Geschlecht deiner Zielgruppe (m/w/s)                        |           | Datum |
| Berufsbild und Betätigungsfeld deiner Zielgruppe            |           | Datum |
| Lebenseinstellung und Lebensweise deiner Zielgruppe         |           | Datum |
| Ist deine Zielgruppe mehr Privat, Business oder Unternehmen |           | Datum |
| Ist deine Zielgruppe eher ein Offliner oder Onliner?        |           | Datum |
| Verheiratet, Single, Kinderlos, Kinderreich                 |           | Datum |
| öffentlicher Dienst, freie Wirtschaft, Vereine, Soziales    |           | Datum |
| Sonstige Einteilungen:                                      |           | Datum |
| Sonstige Einteilungen:                                      |           | Datum |

## Domain & E-Mail

Halte deine Domain bitte kurz und schlank- auch wenn du gerne dein Business mit der Domain verewigen möchtest, so muss die Domain samt E-mail auch auf eine Visitenkarte passen. Vermeide also bitte Domains und E-Mail Adressen, die zu folgendem Ergebnis führen würden: [Hans-Helmut.Frankenmeier@abc-meinedomainistvielzulang-expert.de](mailto:Hans-Helmut.Frankenmeier@abc-meinedomainistvielzulang-expert.de)

Du kannst eine Domain für Sichtwerbung nutzen- aber für Visitenkarten und telefonisches Durchgeben sollte deine Domain kurz und leicht verständlich sein. Z.B. [HHF@abc-mdv.de](mailto:HHF@abc-mdv.de) wäre eine alternative zu dem Salat oben.

Merke: In der Kürze liegt die Würze!

Ja / Nein

### Domain und E-Mail Prüfung

Ist deine Domain leicht verständlich?

Ist deine Domain leicht einpräsam?

Ist deine Domain kurz und knapp genug?

Ist deine Domain leicht zu schreiben?

Sind deine E-Mail Adressen kurz und bündig?

Hast du auch alternative Domain-Endungen bedacht?

|   | Ja / Nein | Datum |
|---|-----------|-------|
| Ist deine Domain leicht verständlich?             |           | Datum |
| Ist deine Domain leicht einpräsam?                |           | Datum |
| Ist deine Domain kurz und knapp genug?            |           | Datum |
| Ist deine Domain leicht zu schreiben?             |           | Datum |
| Sind deine E-Mail Adressen kurz und bündig?       |           | Datum |
| Hast du auch alternative Domain-Endungen bedacht? |           | Datum |

## Struktur und Navigation

Der nächste Schritt ist dann die grundlegende Struktur deiner Homepage und den Aufbau deiner Navigation. Überlege dir dazu erst einmal einige Schlagbegriffe, die du als Elemente auf der Webseite haben möchtest. Ein großes A3 Blatt mit einem Mindmap stellen hier eine gute Ausgangslage dar. Ich benutze dafür am liebsten Stift und Papier und keine Planungstools oder Planungssoftware.

Notiere dir als ersten Schritt deine Titel der einzelnen Oberseiten. Das sind z.B. „Kontakt“ oder „Über uns“. Danach planst du deine Navigation und die Unterseiten. Das Design kommt erst zum Schluss. Verwende hier keine Zeit an dieser Stelle. Wichtige Informationen sollten möglichst weit oben sein. Denke schließlich daran, dass jeder schnell die wichtigen Informationen finden möchte.

Hauptnavigation nicht mehr als 7 Einträge

Nicht tiefer als 3 Ebenen unter der Hauptnavigation

Klare Titelvergabe

Nutze Querverlinkungen innerhalb der Seiten

Wichtige Informationen sind immer oben

|   | Ja / Nein | Datum |
|---|-----------|-------|
| Hauptnavigation nicht mehr als 7 Einträge           |           | Datum |
| Nicht tiefer als 3 Ebenen unter der Hauptnavigation |           | Datum |
| Klare Titelvergabe                                  |           | Datum |
| Nutze Querverlinkungen innerhalb der Seiten         |           | Datum |
| Wichtige Informationen sind immer oben              |           | Datum |

Datum

## Story Design

Bitte - Story Design? Sind wir jetzt bei Harry Potter und die sieben Webdesign-Regeln? Ja, bei jedem Film steht vor dem Film erstmal ein tolles Drehbuch und die Story. Erst später kommen Schauspieler, Effekte und Inhalte dazu. Warum also bei der Webseite anders arbeiten?

Stell dir deine Webseite als multimediale Geschichte vor und du bist der Geschichtenerzähler. Geschichten sind eines der besten Mittel, um im Gedächtnis deiner Zielgruppe zu bleiben. Wir Menschen lieben einfach gute Geschichten. Überlege dir also Geschichten, die du zu dir und dem Unternehmen erzählen kannst. Wie kannst du dein Unternehmen präsentieren und was kannst du zu deinem Team erzählen. Eine gute „Über uns“ Seite gehört auf jede Webseite.

### Story Board Inhalte

z.B Herkunft der Geschäftsidee

z.B besondere Rituale in der Firma

z.B. besondere Qualitätsmerkmale und Richtlinien

z.B. 33 gute Gründe - warum Ihr der richtige Partner seid

z.B. Interviews mit Kunden und Mitarbeitern

z.B. Berichte und Informationen zu Veranstaltungen und Events

Ja / Nein

|   | Ja / Nein | Datum |
|---|-----------|-------|
| z.B Herkunft der Geschäftsidee                                |           | Datum |
| z.B besondere Rituale in der Firma                            |           | Datum |
| z.B. besondere Qualitätsmerkmale und Richtlinien              |           | Datum |
| z.B. 33 gute Gründe - warum Ihr der richtige Partner seid     |           | Datum |
| z.B. Interviews mit Kunden und Mitarbeitern                   |           | Datum |
| z.B. Berichte und Informationen zu Veranstaltungen und Events |           | Datum |

## Texte und Inhalte

Texte sind wichtig für eine Webseite- nicht unbedingt, weil Sie vom Besucher gelesen werden, sondern vielmehr für die Suchmaschinen sind Texte wichtig zur Indexierung. Sie sind ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg deiner Seite. Unbedingt solltest du deine Texte schon recht früh beginnen und auf deine Zielgruppe abstimmen. Denk an deine Ziele, die du mit deiner Webseite verfolgst. Deine Texte müssen auf diese Ziele abgestimmt sein.

### Texte Checkliste

Was sind deine Keywords und verwendest du Sie regelmäßig?

Formuliere Forderungen wie „Jetzt aktiv werden“ - „Komm vorbei“

Keywords immer in den Überschriften platzieren

Texte sollten immer über 140 Wörter enthalten.

Wichtige Textinformationen immer oben platzieren.

Pro Seite nur eine Hauptüberschrift als **H1** setzen

Ja / Nein

|   | Ja / Nein | Datum |
|---|-----------|-------|
| Was sind deine Keywords und verwendest du Sie regelmäßig?       |           | Datum |
| Formuliere Forderungen wie „Jetzt aktiv werden“ - „Komm vorbei“ |           | Datum |
| Keywords immer in den Überschriften platzieren                  |           | Datum |
| Texte sollten immer über 140 Wörter enthalten.                  |           | Datum |
| Wichtige Textinformationen immer oben platzieren.               |           | Datum |
| Pro Seite nur eine Hauptüberschrift als <b>H1</b> setzen        |           | Datum |

## Sicherheit und Funktion

Deine Webseite muss gut gesichert und die technologische Grundlage stabil und sattelfest sein. Eine gehackte Webseite und gestohlene Kundendaten werden hier für dich und dein Business schnell zum Bummerrang. Sicherheit hat hier immer Priorität und sollte auch später immer wieder in deiner Frageliste auftauchen.

|   | Ja / Nein |       |
|---|-----------|-------|
| <b>Sicherheit</b>   |           | Datum |
| Deine Webseite ist per SSL verschlüsselt                        |           | Datum |
| Dein SSL Zertifikat ist immer aktuell und gültig                |           | Datum |
| Deine Webseite erhält alle Sicherheitsupdates zeitnahe          |           | Datum |
| Personenbezogene Daten werden nur verschlüsselt übertragen      |           | Datum |
| Für dein Websystem werden regelmäßig Updates erstellt           |           | Datum |
| Es gibt eine aktive Uptime Kontrolle der Seite                  |           | Datum |
| Dein Websystem wird regelmäßig gesichert per Backup             |           | Datum |
| Die Seite ist vor Code-Replacement geschützt                    |           | Datum |
| Neue Releases enthalten ein Change Log (was wurde geändert)     |           | Datum |
| Deine Webseite hat eine Load Time Kontrolle aktiviert           |           | Datum |
| Deine Webseite kann über Berechtigungen gesteuert werden        |           | Datum |
| Deine Webseite ist server-plattformunabhängig                   |           | Datum |
| Für deine Webseite besteht eine Traffic Überwachung             |           | Datum |
| Änderungen der Seite unterliegen einer aktiven Überwachung      |           | Datum |
| Deine Webseite ist Datenschutzkonform programmiert              |           | Datum |
| Deine Seite ist für mobile Geräte optimiert                     |           | Datum |
| Deine Seite ist mit lizenzkostenfreien Tools entwickelt         |           | Datum |
| Der Quellcode deiner Webseite steht dir jederzeit zur Verfügung |           | Datum |

## SEO Optimierung

Diese Checkliste kann keine vollständige SEO Optimierung abdecken. Aber die Grundlagen und wichtigen Keyfacts hast du mit dieser Liste schon mal im Blick. Wichtig - eine SEO Optimierung ist ein ständiger Prozess.

|  | Ja / Nein |       |
|--|-----------|-------|
| <b>SEO Optimierung</b>   |           | Datum |
| Seitentitel mit Keywords und klarer Aussage                    |           | Datum |
| Seitenbeschreibung für deine Seiten (Meta Beschreibung)        |           | Datum |
| Ausreichende Textlänge für alle Unterseiten                    |           | Datum |
| Deine Keywords tauchen oft und regelmäßig auf                  |           | Datum |
| Verlinke deine Seiten untereinander (Querverlinkungen)         |           | Datum |
| Melde deine Seiten bei den Suchmaschinen an (google, bing etc) |           | Datum |
| Alternative Bildtexte erstellen                                |           | Datum |
| Seiten-Titel nicht länger als 55 Zeichen                       |           | Datum |
| Seiten-Titel passt zum Inhalt der Seite                        |           | Datum |
| Deine Texte und Webinhalte passen zur allgemeinen Webseite     |           | Datum |
| Verwende durchsuchbare PDF Dateien zum Download                |           | Datum |

## Rechtliches

Achte darauf, dass du rechtlich sauber aufgestellt bist. Du verdienst kein Geld mit Rechtsstreitigkeiten.

|   | Ja / Nein |       |
|---|-----------|-------|
| Impressum ist rechtlich sauber                      |           | Datum |
| AGB sind online und aktuell                         |           | Datum |
| Datenschutzerklärung online und korrekt             |           | Datum |
| Impressum und Datenschutzerklärung immer erreichbar |           | Datum |

## Design ist, was gefällt ...

Am Design- da scheiden sich die Geister. Und auch wenn es vieles gibt, was gefällt- so muss man nicht alles auf seiner Seite auch haben.

|   | Ja / Nein |       |
|---|-----------|-------|
| <b>Design Tips</b><br>Reicht dir eine Design-Vorlage oder brauchst du es Individuell? |           | Datum |
| mach ein einheitliches und durchgängiges Design                                       |           | Datum |
| halte dich an ein Farbschema  |           | Datum |
| Achte auf die gleichen Abstände   |           | Datum |
| Bei Texten empfiehlt sich Blocksatz   |           | Datum |
| Achte auf gute Kontraste und Lesbarkeit mit Hintergründen                             |           | Datum |
| Nur Keywords wenn nötig „Fett“ schreiben  |           | Datum |
| Bildrechte beachten und einhalten   |           | Datum |
| Bild Qualität muss immer gut sein   |           | Datum |
| Immer Texte für Bilder hinterlegen  |           | Datum |
| Lizenzbestimmungen für Musik, Bilder, Videos beachten                                 |           | Datum |

## Pflege deiner Seite

Du hast eine Menge arbeit in deine neue Seite gesteckt. Jetzt solltest du einen Rhythmus der Pflege einführen, um regelmäßige deine Inhalte zu erweitern und zu verbessern. Je häufiger du Inhalte erweiterst, desto relevanter wird die Seite für Suchmaschinen und damit auch für potenzielle Besucher.

|  | Ja / Nein |       |
|--|-----------|-------|
| <b>Pflegehinweise</b><br>Halte deine Inhalte aktuell und erneuere diese regelmäßig |           | Datum |
| Social Media - Binde deine anderen Plattformen ein                                 |           | Datum |
| Statistiken prüfen und analysieren   |           | Datum |