

Website- Checkliste für Autowerkstätten

Branchenspezifische Checkliste für Vertrauen, Termin-Anfragen und lokale Auffindbarkeit



Website-Checkliste für Autowerkstätten

Eine Werkstattwebsite muss Kompetenz, Erreichbarkeit und einen verlässlichen Ablauf vermitteln. Die Checkliste hilft, Leistungen, Fahrzeugannahme, Terminwege und regionale Sichtbarkeit so aufzubauen, dass Autofahrer schnell verstehen, ob die Werkstatt zu ihrem Anliegen passt.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Profil und Zielkunden

- ☐ Werkstatttyp, Markenfokus und betreute Fahrzeugarten sind sofort erkennbar.
- ☐ Privatkunden, Gewerbekunden und Fuhrparks finden jeweils passende Informationen.
- ☐ Spezialisierungen wie Oldtimer, E-Mobilität oder Nutzfahrzeuge werden konkret belegt.
- ☐ Einzugsgebiet und Standorte sind eindeutig beschrieben.
- ☐ Herstellerunabhängigkeit oder Vertragsbindung werden korrekt kommuniziert.
- ☐ Das Leistungsversprechen bleibt realistisch und vermeidet pauschale Bestpreis- oder Sofortzusagen.

02 Leistungen und Werkstattangebot

- ☐ Inspektion, Diagnose, Bremsen, Reifen und Reparaturen sind verständlich gegliedert.
- ☐ HU/AU, Karosserie, Glas, Klima oder Lack werden nur genannt, wenn sie tatsächlich angeboten werden.
- ☐ Bei E- und Hybridfahrzeugen werden Qualifikation und Leistungsumfang transparent erläutert.
- ☐ Saisonleistungen wie Reifenwechsel besitzen aktuelle Hinweise und Terminwege.
- ☐ Ersatzteile, Originalteile und Alternativen werden ohne irreführende Qualitätsaussagen eingeordnet.
- ☐ Leistungsseiten beantworten typische Fragen zu Dauer, Vorbereitung und nächstem Schritt.

03 Termin und Fahrzeugannahme

- ☐ Online-Anfragen erfassen Fahrzeug, Kennzeichen, Laufleistung und Anliegen strukturiert.
- ☐ Die Website unterscheidet Terminanfrage, verbindliche Buchung und Kostenvoranschlag.
- ☐ Kunden erfahren, welche Unterlagen oder Fahrzeugdaten benötigt werden.
- ☐ Abgabe, Schlüsselannahme, Hol- und Bringservice sowie Ersatzmobilität werden erklärt.
- ☐ Bei Panne oder akutem Sicherheitsproblem wird der passende Kontaktweg deutlich genannt.
- ☐ Nach einer Anfrage erhalten Kunden eine klare Bestätigung und realistische Rückmeldezeit.

04 Vertrauen und Transparenz

- ☐ Meisterqualifikation, Zertifikate und relevante Partnerschaften sind aktuell dargestellt.
- ☐ Team und Ansprechpartner werden mit Funktion und Kompetenz vorgestellt.
- ☐ Echte Werkstatt-, Diagnose- und Arbeitssituationen ersetzen austauschbare Stockbilder.

- ☐ Bewertungen werden professionell beantwortet, ohne Kundendaten offenzulegen.
- ☐ Preisangaben und Beispielpreise werden mit Leistungsumfang und möglichen Abweichungen erklärt.
- ☐ Der Ablauf von Diagnose, Freigabe, Reparatur und Abholung ist nachvollziehbar beschrieben.

05 Design, Bildwelt und Farbwirkung

- ☐ Die Gestaltung wirkt technisch kompetent und sauber, ohne aggressiv oder überladen zu erscheinen.
- ☐ Farbakzente unterstützen Orientierung und Marke statt nur typische Branchenklischees zu wiederholen.
- ☐ Kontraste, Schriftgrößen und Buttons bleiben auch im Freien auf dem Smartphone gut lesbar.
- ☐ Fahrzeug- und Werkstattbilder lenken gezielt zu Leistung, Termin und Kontakt.
- ☐ Icons sind selbsterklärend und werden zusätzlich beschriftet.
- ☐ Ausreichend Weißraum verhindert, dass Leistungen und Hinweise wie eine Teileliste wirken.

06 Lokale Sichtbarkeit und Inhalte

- ☐ Name, Adresse, Telefonnummer und Öffnungszeiten sind auf allen Plattformen identisch.
- ☐ Leistungsseiten verbinden konkrete Werkstattangebote natürlich mit Standort und Region.
- ☐ Das Google-Unternehmensprofil zeigt aktuelle Leistungen, Bilder und Sonderöffnungszeiten.
- ☐ Ratgeber behandeln reale Fragen wie Warnleuchten, Reifenwechsel oder Inspektionsintervalle.
- ☐ Standortseiten enthalten eigene Informationen statt ausgetauschter Ortsnamen.
- ☐ Alte Aktionen, Saisonhinweise und nicht mehr angebotene Leistungen werden entfernt.

07 Formulare, Kontakt und Datenschutz

- ☐ Formulare fragen nur Daten ab, die für Rückmeldung und Vorbereitung notwendig sind.
- ☐ Pflichtfelder, Fehlermeldungen und Datenschutzinformation sind verständlich.
- ☐ Hochgeladene Fahrzeugscheine oder Schadensbilder werden sicher übertragen und gespeichert.
- ☐ Telefon, E-Mail, Formular und Messenger führen klar zu unterschiedlichen Anliegen.
- ☐ Impressum, Datenschutz und Bildrechte sind von jeder Seite aus erreichbar.
- ☐ Newsletter oder Aktionen verwenden eine nachvollziehbare Einwilligung und Abmeldemöglichkeit.

08 Technik und laufende Pflege

- ☐ Telefonnummer, Terminbutton und Navigation funktionieren auf mobilen Geräten zuverlässig.
- ☐ Große Werkstatt- und Fahrzeugbilder sind für schnelle Ladezeiten optimiert.
- ☐ Alle Links, Formulare und Bestätigungsseiten werden regelmäßig getestet.
- ☐ Seitentitel, Beschreibungen, Sitemap, Indexierung und Weiterleitungen sind gepflegt.
- ☐ Backups, Updates und Sicherheitsmaßnahmen besitzen feste Zuständigkeiten.
- ☐ Eine verständliche 404-Seite führt Nutzer zurück zu Leistungen, Termin und Kontakt.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Vertrauen entsteht vor der Hebebühne

Eine gute Werkstattwebsite reduziert Unsicherheit, erklärt den Ablauf und bringt Kunden ohne Umwege zum passenden Termin. Entscheidend sind klare Leistungen, echte Einblicke und verlässliche Kontaktwege.

Diese Checkliste ist eine praktische Orientierung und ersetzt keine rechtliche, steuerliche, berufsrechtliche oder fachliche Einzelfallprüfung. Pflichtangaben und branchenspezifische Vorgaben sollten vor der Veröffentlichung fachkundig geprüft werden.