

Website- Checkliste für Dachdecker

Branchenspezifische Checkliste für mehr Vertrauen, Sichtbarkeit und Anfragen



Website-Checkliste für Dachdecker

Eine Dachdecker-Website muss Leistungen verständlich erklären, regionale Auffindbarkeit schaffen und schon vor dem ersten Gespräch Vertrauen aufbauen. Diese Checkliste hilft dabei, die Website konsequent an typischen Fragen von Eigentümern, Bauherren und Gewerbekunden auszurichten.

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 Positionierung und Einsatzgebiet

- ☐ Bereits im sichtbaren Einstiegsbereich ist klar, welche Dacharbeiten der Betrieb übernimmt.
- ☐ Standort und realistisches Einsatzgebiet werden eindeutig genannt.
- ☐ Privatkunden, Gewerbekunden, Hausverwaltungen oder Architekten werden gezielt angesprochen.
- ☐ Spezialisierungen wie Flachdach, Steildach, Sanierung oder Wartung sind sofort erkennbar.
- ☐ Der Betrieb verspricht keinen Notdienst, wenn keine verlässliche Erreichbarkeit besteht.
- ☐ Ein klarer Unterschied zu austauschbaren Vermittlungsportalen oder reinen Subunternehmen wird sichtbar.

02 Leistungen und typische Anlässe

- ☐ Dachsanierung, Reparatur, Neueindeckung und Wartung erhalten verständliche eigene Leistungsbereiche.
- ☐ Flachdach, Steildach, Abdichtung, Dachfenster und Entwässerung werden sauber voneinander abgegrenzt.
- ☐ Energetische Sanierung, Dämmung und Photovoltaik werden nur genannt, wenn passende Leistungen angeboten werden.
- ☐ Typische Anlässe wie Sturmschäden, Feuchtigkeit, Alterung oder Umbau werden aus Kundensicht erklärt.
- ☐ Bei jeder Leistung wird beschrieben, wie eine Anfrage und Besichtigung ablaufen.
- ☐ Unklare Sammelbegriffe werden durch konkrete Beispiele aus echten Projekten ersetzt.

03 Startseite und Nutzerführung

- ☐ Telefonnummer und Anfragebutton sind mobil ohne langes Suchen erreichbar.
- ☐ Die Startseite führt schnell zu Leistungen, Referenzen, Einsatzgebiet und Kontakt.
- ☐ Ein kurzer Einstieg erklärt Nutzen und Arbeitsweise statt nur Tradition oder Firmengeschichte.
- ☐ Wichtige Vertrauenssignale stehen vor langen Textblöcken oder allgemeinen Werbeaussagen.
- ☐ Dringende Reparaturanfragen und geplante Sanierungen können getrennt weitergeführt werden.
- ☐ Navigation und Seitenaufbau funktionieren auch für Nutzer mit wenig technischem Vorwissen.

04 Vertrauen und Qualifikation

- ☐ Meisterbetrieb, Innungsmitgliedschaft und Zertifikate werden nur korrekt und aktuell dargestellt.
- ☐ Ansprechpartner, Team und betriebliche Erfahrung sind mit echten Informationen sichtbar.

- ☐ Versicherungen, Gewährleistung oder Herstellerschulungen werden nur genannt, wenn belegbar.
- ☐ Google-Bewertungen und Kundenstimmen wirken authentisch und sind nachvollziehbar zugeordnet.
- ☐ Kooperationen mit Herstellern oder Partnern werden erklärt statt nur als Logosammlung gezeigt.
- ☐ Die Website zeigt, wie sauber, sicher und verbindlich auf Baustellen gearbeitet wird.

05 Bilder und Referenzprojekte

- ☐ Es werden echte Dächer, Baustellen, Details und Mitarbeitende statt beliebiger Stockfotos gezeigt.
- ☐ Vorher-Nachher-Bilder verwenden vergleichbare Perspektiven und erklären die ausgeführte Arbeit.
- ☐ Referenzen lassen sich nach Dachart, Leistung oder Gebäudetyp erfassen.
- ☐ Bildunterschriften nennen Ausgangslage, Lösung und Ort nur mit passender Freigabe.
- ☐ Sicherheitsrelevante Situationen werden professionell und glaubwürdig dargestellt.
- ☐ Fotos sind für mobile Geräte optimiert, ohne wichtige Details unkenntlich zu machen.

06 Anfrage und Conversion

- ☐ Das Formular fragt nur Informationen ab, die für eine erste Einschätzung wirklich notwendig sind.
- ☐ Kunden können Leistung, Objektart, Standort und gewünschten Zeitraum auswählen.
- ☐ Ein Upload für Fotos oder Unterlagen wird angeboten, wenn der Prozess dies sinnvoll unterstützt.
- ☐ Nach dem Absenden wird erklärt, wann und wie sich der Betrieb zurückmeldet.
- ☐ Telefonische Erreichbarkeit und Geschäftszeiten werden realistisch angegeben.
- ☐ Jede zentrale Leistungsseite besitzt einen passenden nächsten Schritt.

07 Lokale Sichtbarkeit und Inhalte

- ☐ Seitentitel und Überschriften verbinden relevante Leistungen natürlich mit der Region.
- ☐ Für wichtige Orte existieren nur dann eigene Seiten, wenn dort echter individueller Inhalt vorhanden ist.
- ☐ Google-Unternehmensprofil, Website und Verzeichnisse verwenden einheitliche Kontaktdaten.
- ☐ Referenzprojekte und Ratgeber beantworten konkrete regionale und saisonale Fragen.
- ☐ Leistungsseiten sind intern mit passenden Referenzen, FAQs und Kontaktmöglichkeiten verknüpft.
- ☐ Texte vermeiden künstliche Ortslisten und konzentrieren sich auf tatsächliche Einsatzgebiete.

08 Karriere, Technik und Pflege

- ☐ Ausbildungsplätze und offene Stellen zeigen Aufgaben, Arbeitsweise, Benefits und Ansprechpartner konkret.
- ☐ Bewerbungen sind mobil mit wenigen Schritten möglich.
- ☐ Formulare, Telefonnummern und E-Mail-Zustellung werden regelmäßig getestet.
- ☐ WordPress, Plugins, Backups und Sicherheitsmaßnahmen besitzen feste Zuständigkeiten.
- ☐ Veraltete Leistungen, Teamangaben und Referenzen werden mindestens halbjährlich geprüft.
- ☐ Ladezeit, Bildgrößen und mobile Darstellung werden bei neuen Projektbildern kontrolliert.

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

Die Website muss Vertrauen vor der Besichtigung schaffen

Eigentümer können handwerkliche Qualität online nur begrenzt beurteilen. Eine gute Dachdecker-Website übersetzt deshalb Erfahrung in konkrete Leistungen, nachvollziehbare Referenzen und einen klaren Anfrageweg.

Die Checkliste ersetzt keine rechtliche, steuerliche oder fachtechnische Beratung. Aussagen zu Förderungen, Zertifikaten, Gewährleistung und Sicherheitsleistungen sollten vor Veröffentlichung fachkundig geprüft werden.