

Website- Checkliste für Immobilienmakler

Branchenspezifische Checkliste für Eigentümer-Leads, Vertrauen und lokale Expertise



Website-Checkliste für Immobilienmakler

Eine Makler-Website muss zwei Aufgaben gleichzeitig lösen: Immobilien attraktiv präsentieren und Eigentümer von der Vermarktungskompetenz überzeugen. Diese Checkliste hilft, beide Wege klar zu strukturieren und lokale Expertise glaubwürdig sichtbar zu machen.

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 Zielgruppen und Geschäftsmodell

- ☐ Verkäufer, Vermieter, Käufer und Interessenten finden klar getrennte Einstiege.
- ☐ Region, Objektarten und bevorzugte Mandate sind eindeutig beschrieben.
- ☐ Die Website zeigt, ob Wohn-, Gewerbe-, Anlage- oder Spezialimmobilien im Fokus stehen.
- ☐ Eigentümerleistungen werden mindestens so sichtbar dargestellt wie aktuelle Angebote.
- ☐ Persönliche Beratung und digitale Prozesse werden nachvollziehbar miteinander verbunden.
- ☐ Leistungsversprechen sind konkret und vermeiden unbelegte Spitzenpositionen.

02 Eigentümer und Akquise

- ☐ Der Verkaufsprozess wird vom Erstgespräch bis zur Übergabe verständlich erklärt.
- ☐ Bewertung, Unterlagenaufbereitung, Vermarktung und Interessentenmanagement sind konkret beschrieben.
- ☐ Eine Immobilienbewertung wird nicht als exakter Sofortpreis dargestellt, wenn Daten fehlen.
- ☐ Eigentümer verstehen, welche Unterlagen und Informationen benötigt werden.
- ☐ Referenzen und Kundenstimmen belegen Kommunikation, Marktkenntnis und Verhandlung.
- ☐ Jede Eigentümerseite führt zu einem klaren Beratungs- oder Bewertungsangebot.

03 Immobilienangebote und Exposés

- ☐ Angebote sind mobil übersichtlich und nach sinnvollen Kriterien filterbar.
- ☐ Fotos, Grundrisse, Lageinformationen und Eckdaten sind konsistent aufbereitet.
- ☐ Interessenten können Anfragen ohne unnötige Hürden stellen.
- ☐ Reserviert, verkauft oder vermietet werden aktuell und korrekt gekennzeichnet.
- ☐ Pflichtangaben und Exposé-Inhalte werden fachkundig geprüft.
- ☐ Objektseiten führen zu ähnlichen Angeboten oder einer Suchanfrage, wenn passend.

04 Lokale Expertise

- ☐ Stadtteile und Märkte werden mit echten Erfahrungen statt allgemeinen Ortsbeschreibungen erklärt.
- ☐ Lokale Marktberichte nennen Quellen, Zeitraum und Einordnung.
- ☐ Referenzobjekte machen Tätigkeit und regionale Erfahrung sichtbar.
- ☐ Standortseiten enthalten individuelle Leistungen, Beispiele und Ansprechpartner.

- ☐ Google-Unternehmensprofil und Website verwenden identische Kontaktdaten.
- ☐ Ratgeber beantworten konkrete Fragen von Eigentümern und Interessenten in der Region.

05 Vertrauen und Persönlichkeit

- ☐ Makler und Team werden mit echter Rolle, Erfahrung und persönlicher Arbeitsweise vorgestellt.
- ☐ Qualifikationen, Mitgliedschaften und Auszeichnungen werden aktuell belegt.
- ☐ Bewertungen sind authentisch und werden nicht aus dem Zusammenhang gerissen.
- ☐ Der Umgang mit Diskretion, Daten und Besichtigungen wird vertrauensbildend erklärt.
- ☐ Partnernetzwerk wird mit klarem Nutzen statt als reine Logosammlung dargestellt.
- ☐ Professionelle Fotos und konsistentes Design unterstützen die hochwertige Positionierung.

06 Lead-Formulare und Prozesse

- ☐ Eigentümer-, Such- und Objektanfragen verwenden jeweils passende Formulare.
- ☐ Formulare fragen nur Daten ab, die für den nächsten Schritt erforderlich sind.
- ☐ Datenschutzhinweise und Einwilligungen sind verständlich und fachkundig geprüft.
- ☐ Nach der Anfrage werden Bearbeitungszeit und weiterer Ablauf erklärt.
- ☐ Terminbuchung wird nur eingesetzt, wenn Kalender und Prozesse zuverlässig gepflegt werden.
- ☐ Telefon, E-Mail und direkte Ansprechpartner sind mobil leicht erreichbar.

07 SEO, GEO und Inhalte

- ☐ Leistungsseiten beantworten Fragen von Verkäufern und Vermietern ausführlich und strukturiert.
- ☐ Lokale Inhalte sind individuell und nicht nur durch ausgetauschte Ortsnamen erzeugt.
- ☐ FAQ, Ratgeber und Marktberichte sind intern mit Leistungen und Kontakt verknüpft.
- ☐ Seitentitel, Überschriften und strukturierte Daten passen zu sichtbaren Inhalten.
- ☐ Veraltete Marktwerte, rechtliche Aussagen und Angebote werden regelmäßig geprüft.
- ☐ Expertise wird durch nachvollziehbare Antworten statt durch Keyword-Wiederholungen gezeigt.

08 Technik und laufender Betrieb

- ☐ Immobiliensoftware, Portalschnittstellen und Website synchronisieren Daten zuverlässig.
- ☐ Formularanfragen erreichen dokumentiert die richtigen Ansprechpartner.
- ☐ Bilder und Exposés sind trotz hoher Qualität für schnelle mobile Nutzung optimiert.
- ☐ Backups, Updates, Sicherheitsmaßnahmen und Zugänge sind klar organisiert.
- ☐ Tracking misst Eigentümer-Leads, Objektanfragen und wichtige Kontaktaktionen getrennt.
- ☐ Verkaufte Objekte, Teamdaten und Leistungsangaben werden fortlaufend aktualisiert.

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

Eigentümer entscheiden über Vertrauen, nicht nur über Objekte

Eine erfolgreiche Makler-Website ist kein digitales Schaufenster allein. Sie zeigt Eigentümern, wie professionell der gesamte Vermarktungsprozess geführt wird, und bietet Interessenten gleichzeitig einen reibungslosen Zugang zu passenden Angeboten.

Rechtliche Pflichtangaben, Datenschutz, Immobilienwerbung, Widerruf, Energieangaben und Vertragsprozesse sollten fachkundig und aktuell geprüft werden.