

Website- Checkliste für Maler & Lackierer

Branchenspezifische Checkliste für hochwertige Projekte und regionale Anfragen



Website-Checkliste für Maler und Lackierer

Malerbetriebe verkaufen nicht nur Farbe, sondern Planungssicherheit, saubere Ausführung und sichtbare Veränderung. Diese Checkliste hilft, Leistungen und Ergebnisse so zu präsentieren, dass Interessenten Qualität erkennen und passende Anfragen stellen können.

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 Projektfokus

- ☐ Innenräume, Fassaden, Gewerbeobjekte, Sanierungen oder besondere Oberflächen sind klar priorisiert.
- ☐ Privatkunden, Gewerbe, Verwaltungen oder Architekten erhalten passende Einstiege.
- ☐ Region und realistisches Einsatzgebiet werden deutlich genannt.
- ☐ Der Betrieb zeigt, welche Projektgrößen und Arten besonders gut passen.
- ☐ Beratung, Gestaltung und handwerkliche Ausführung werden als zusammenhängende Leistung dargestellt.
- ☐ Austauschbare Aussagen wie sauber und zuverlässig werden durch konkrete Belege ergänzt.

02 Leistungen und Oberflächen

- ☐ Innenanstrich, Fassadenarbeiten, Tapezieren, Lackieren und Bodenbeschichtung sind verständlich getrennt.
- ☐ Spachteltechniken, Dekoroberflächen oder Schimmelsanierung werden nur bei echter Kompetenz beworben.
- ☐ Kunden erfahren, welche Vorarbeiten und Untergrundprüfungen erforderlich sein können.
- ☐ Material- und Farbauswahl wird aus Sicht des Ergebnisses erklärt.
- ☐ Ablauf, Schutzmaßnahmen, Trocknungszeiten und Übergabe werden realistisch beschrieben.
- ☐ Zusatzleistungen und Fremdgewerke sind klar vom eigenen Umfang abgegrenzt.

03 Vorher-Nachher und Referenzen

- ☐ Projektbilder zeigen vergleichbare Perspektiven und eine realistische Farbwiedergabe.
- ☐ Vorher-Nachher-Beispiele erklären Problem, Maßnahme und Ergebnis.
- ☐ Referenzen lassen sich nach Innenraum, Fassade, Gewerbe oder Technik ordnen.
- ☐ Detailaufnahmen zeigen Kanten, Anschlüsse und Oberflächenqualität.
- ☐ Kundenstimmen sind passenden Projekten oder Leistungen zugeordnet.
- ☐ Fotos werden nur mit Einwilligung veröffentlicht und enthalten keine unnötigen privaten Details.

04 Vertrauen und Arbeitsweise

- ☐ Team, Meisterqualifikation und Erfahrung sind aktuell und persönlich dargestellt.
- ☐ Sauberkeit, Schutz von Möbeln und Terminorganisation werden konkret beschrieben.
- ☐ Farbberatung oder Bemusterung wird mit ihrem tatsächlichen Ablauf erklärt.
- ☐ Herstellerlogos und Zertifikate werden nur mit aktuellem Bezug eingesetzt.

- ☐ Bewertungen belegen Kommunikation, Zuverlässigkeit und Ausführungsqualität.
- ☐ Interessenten verstehen, wer auf der Baustelle Ansprechpartner bleibt.

05 Anfrage und Besichtigung

- ☐ Das Formular fragt Objekt, Räume oder Fläche, gewünschte Arbeiten, Ort und Zeitraum ab.
- ☐ Fotos können übermittelt werden, ohne eine fachliche Besichtigung zu ersetzen.
- ☐ Der Weg von der Anfrage über Besichtigung und Angebot bis zur Ausführung ist sichtbar.
- ☐ Interessenten erfahren, welche Vorbereitung vor einem Termin hilfreich ist.
- ☐ Rückruf, E-Mail und Telefon sind mobil leicht erreichbar.
- ☐ Zentrale Leistungsseiten enden mit einem passenden, konkreten Call-to-Action.

06 Lokale SEO und Inhalte

- ☐ Leistungsseiten verbinden Gewerke und Region ohne überladene Ortslisten.
- ☐ Eigene Standortseiten enthalten individuelle Projekte und echte regionale Bezüge.
- ☐ Google-Unternehmensprofil zeigt aktuelle Bilder, Leistungen und Öffnungszeiten.
- ☐ Ratgeber beantworten Fragen zu Farbauswahl, Vorbereitung, Pflege und Renovierungsablauf.
- ☐ Alt-Texte und Bildnamen beschreiben Motive verständlich statt Keywords zu stapeln.
- ☐ Referenzen verlinken auf passende Leistungen und Kontaktmöglichkeiten.

07 Karriere und Ausbildung

- ☐ Stellenanzeigen zeigen konkrete Tätigkeiten, Einsatzorte und Arbeitsbedingungen.
- ☐ Ausbildungsinhalte und Entwicklungsmöglichkeiten werden verständlich erklärt.
- ☐ Teamfotos und Baustelleneinblicke wirken authentisch und wertschätzend.
- ☐ Eine mobile Kurzbewerbung senkt unnötige Hürden.
- ☐ Ansprechpartner und Rückmeldezeit sind sichtbar.
- ☐ Arbeitgebervorteile werden belegt und nicht nur als Schlagwortliste dargestellt.

08 Technik und Pflege

- ☐ Große Referenzbilder sind komprimiert und für mobile Geräte optimiert.
- ☐ Formulare, Telefonlinks und E-Mail-Zustellung werden regelmäßig getestet.
- ☐ Leistungen, Team und Projektgalerien bleiben aktuell.
- ☐ Datenschutz, Cookie-Einstellungen und eingebettete Dienste werden fachkundig geprüft.
- ☐ Backups und Updates sind verbindlich organisiert.
- ☐ Die mobile Website bleibt auch bei Galerien, Animationen und Vorher-Nachher-Modulen schnell.

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

Qualität muss vor dem ersten Pinselstrich erkennbar sein

Eine gute Maler-Website zeigt nicht nur bunte Räume. Sie macht Planung, Vorbereitung und Ausführungsqualität sichtbar und führt Interessenten von der Inspiration zu einer realistischen Projektanfrage.

Technische Aussagen zu Untergründen, Beschichtungen, Schadstoffen oder Sanierungsmaßnahmen sollten nur fachlich geprüft veröffentlicht werden.