

Startseiten- Checkliste

Praktische Checkliste für einen klaren und überzeugenden Website-Einstieg



Startseiten-Checkliste

Die Startseite muss Orientierung geben, Vertrauen aufbauen und Besucher sinnvoll weiterführen. Diese Checkliste prüft die wichtigsten Inhalte, Botschaften und Nutzerwege.

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 Erster sichtbarer Bereich

- ☐ Innerhalb weniger Sekunden wird klar, was das Unternehmen anbietet.
- ☐ Die wichtigste Zielgruppe erkennt, dass das Angebot für sie relevant ist.
- ☐ Die Hauptüberschrift formuliert Nutzen oder Ergebnis statt einer allgemeinen Begrüßung.
- ☐ Ein kurzer Ergänzungstext erklärt Angebot, Region oder Besonderheit.
- ☐ Der wichtigste Call-to-Action ist sichtbar und eindeutig benannt.
- ☐ Bild oder Grafik unterstützt die Botschaft und lenkt nicht von ihr ab.

02 Positionierung und Relevanz

- ☐ Die Startseite zeigt verständlich, welches Problem gelöst wird.
- ☐ Vorteile werden aus Kundensicht und nicht nur als Unternehmensmerkmale formuliert.
- ☐ Unterschiede zu Alternativen sind konkret, relevant und glaubwürdig.
- ☐ Ton, Gestaltung und Bildwelt passen zu Zielgruppe und Preisniveau.
- ☐ Wichtige Einzugsgebiete oder Branchen werden natürlich erwähnt.
- ☐ Die Seite verspricht nur, was Angebot und Arbeitsweise tatsächlich leisten.

03 Leistungen und Einstiege

- ☐ Die wichtigsten Leistungen sind priorisiert und schnell erfassbar dargestellt.
- ☐ Jede Leistung führt zu einer vertiefenden, passenden Unterseite.
- ☐ Bezeichnungen entsprechen dem Sprachgebrauch potenzieller Kunden.
- ☐ Zu viele gleichwertige Angebote überfordern den Einstieg nicht.
- ☐ Unterschiedliche Zielgruppen erhalten bei Bedarf eigene klare Einstiege.
- ☐ Leistungsbeschreibungen zeigen Ergebnisse statt nur Tätigkeiten.

04 Vertrauen und Belege

- ☐ Inhaber, Team oder Ansprechpartner werden sichtbar und persönlich vorgestellt.
- ☐ Referenzen zeigen konkrete Aufgaben und Lösungen.
- ☐ Kundenstimmen sind glaubwürdig zugeordnet und nicht anonym oder austauschbar.
- ☐ Erfahrung, Qualifikationen und Mitgliedschaften werden konkret belegt.
- ☐ Kennzahlen werden nur genutzt, wenn sie verständlich und nachweisbar sind.

- ☐ Standort und Kontaktdaten vermitteln ein reales, erreichbares Unternehmen.

05 Struktur und Nutzerführung

- ☐ Die Reihenfolge der Abschnitte folgt den Fragen und Einwänden der Zielgruppe.
- ☐ Überschriften ermöglichen das schnelle Erfassen der gesamten Seite.
- ☐ Jeder Abschnitt erfüllt eine klare Aufgabe und wiederholt nicht nur vorherige Aussagen.
- ☐ Interne Links führen logisch zu Leistungen, Referenzen, Über uns und Kontakt.
- ☐ Die Navigation bleibt übersichtlich und verständlich benannt.
- ☐ Wichtige Nutzerwege enden nicht in einer inhaltlichen Sackgasse.

06 Kontakt und Conversion

- ☐ Mehrere passende Kontaktwege stehen zur Verfügung, ohne die Seite zu überladen.
- ☐ Call-to-Actions beschreiben konkret, was nach dem Klick passiert.
- ☐ Kontaktauforderungen erscheinen an sinnvollen Entscheidungspunkten.
- ☐ Hürden wie Mindestbudget, Region oder Voraussetzungen werden transparent erklärt.
- ☐ Vertrauensbelege stehen in der Nähe wichtiger Handlungsaufforderungen.
- ☐ Telefon-, E-Mail- und Formularlinks funktionieren auf Desktop und Mobil.

07 Design und mobile Darstellung

- ☐ Typografie, Farben, Abstände und Komponenten ergeben ein konsistentes System.
- ☐ Die wichtigsten Informationen bleiben auf kleinen Displays vollständig sichtbar.
- ☐ Buttons sind eindeutig, ausreichend groß und gut voneinander getrennt.
- ☐ Animationen unterstützen die Orientierung und bremsen die Seite nicht aus.
- ☐ Kontraste und Schriftgrößen ermöglichen eine gute Lesbarkeit.
- ☐ Bilder werden mobil sinnvoll zugeschnitten und nicht unverständlich abgeschnitten.

08 SEO, GEO und Technik

- ☐ Title, Hauptüberschrift und Hauptthema der Startseite sind eindeutig aufeinander abgestimmt.
- ☐ Unternehmensname, Leistungen und regionale Einordnung sind klar verständlich.
- ☐ Wichtige Aussagen sind als Text vorhanden und nicht nur in Bildern eingebaut.
- ☐ Strukturierte Unternehmensdaten sind korrekt und konsistent eingebunden.
- ☐ Bilder, Schriften und Skripte sind für eine schnelle Darstellung optimiert.
- ☐ Indexierung, Canonical, interne Links und Statuscode wurden geprüft.

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 Startseite ist ein Wegweiser

Sie muss nicht jedes Detail erklären. Sie muss den richtigen Besuchern schnell zeigen, dass sie richtig sind - und wohin sie als Nächstes gehen sollten.

Bewerten Sie die Startseite nicht nur intern. Tests mit echten Kunden oder unbeteiligten Personen zeigen oft, welche Botschaften noch unklar sind.