

Über-uns-Seiten- Checkliste

Praktische Checkliste für eine glaubwürdige und persönliche Unternehmensvorstellung



Über-uns-Seiten-Checkliste

Eine Über-uns-Seite ist keine Chronik für das eigene Unternehmen. Sie soll Besuchern zeigen, mit wem sie arbeiten, wofür das Unternehmen steht und warum es vertrauenswürdig ist.

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 Zweck und Kundennutzen

- ☐ Die Seite beantwortet, warum das Unternehmen für Kunden relevant ist.
- ☐ Der Einstieg verbindet die Unternehmensgeschichte mit der heutigen Leistung.
- ☐ Aussagen orientieren sich an Fragen potenzieller Kunden und Bewerber.
- ☐ Die Seite vermeidet eine reine Selbstdarstellung ohne Nutzenbezug.
- ☐ Positionierung und Kernversprechen stimmen mit Leistungsseiten und Startseite überein.
- ☐ Es wird klar, welche Art von Zusammenarbeit Kunden erwarten können.

02 Geschichte und Entwicklung

- ☐ Die Entstehungsgeschichte wird kurz, verständlich und relevant erzählt.
- ☐ Wichtige Wendepunkte erklären nachvollziehbar die heutige Ausrichtung.
- ☐ Jahreszahlen und Meilensteine werden nur aufgenommen, wenn sie Aussagekraft besitzen.
- ☐ Herausforderungen oder Veränderungen werden glaubwürdig statt beschönigend beschrieben.
- ☐ Tradition und Innovation werden mit konkreten Beispielen belegt.
- ☐ Die Geschichte wirkt persönlich, ohne unnötig private Details zu veröffentlichen.

03 Menschen und Rollen

- ☐ Inhaber, Geschäftsführung und zentrale Ansprechpartner sind sichtbar.
- ☐ Namen, Funktionen und Zuständigkeiten sind aktuell und verständlich.
- ☐ Kurze Profile zeigen fachliche Kompetenz und persönliche Arbeitsweise.
- ☐ Teamdarstellung entspricht der tatsächlichen Unternehmensgröße.
- ☐ Freie Partner oder Netzwerke werden transparent eingeordnet.
- ☐ Kontaktmöglichkeiten führen bei Bedarf direkt zur passenden Person.

04 Werte und Haltung

- ☐ Werte werden durch konkrete Verhaltensweisen und Entscheidungen erklärt.
- ☐ Austauschbare Begriffe wie Qualität oder Kundennähe werden mit Beispielen gefüllt.
- ☐ Versprechen passen zu Prozessen, Kommunikation und tatsächlicher Leistung.
- ☐ Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung werden nur mit belegbaren Maßnahmen dargestellt.
- ☐ Die Tonalität wirkt menschlich, professionell und zur Marke passend.

- ☐ Werte widersprechen weder Preisgestaltung noch Kundenerlebnis.

05 Kompetenz und Belege

- ☐ Erfahrung wird mit konkreten Tätigkeiten, Projekten oder Spezialisierungen belegt.
- ☐ Ausbildung, Zertifikate und Mitgliedschaften sind aktuell und relevant.
- ☐ Auszeichnungen oder Mediennennungen werden nachvollziehbar zugeordnet.
- ☐ Referenzen und Kundenstimmen ergänzen die Selbstaussagen sinnvoll.
- ☐ Zahlen werden erklärt und nicht isoliert als beeindruckende Dekoration eingesetzt.
- ☐ Fachliche Grenzen und Partnerleistungen werden transparent benannt.

06 Fotos und Gestaltung

- ☐ Porträts wirken authentisch, aktuell und zur Arbeitssituation passend.
- ☐ Teamfotos zeigen echte Personen statt austauschbarer Stockmodelle.
- ☐ Bildunterschriften helfen, Personen und Situationen einzuordnen.
- ☐ Gestaltung und Bildwelt passen zum übrigen Markenauftritt.
- ☐ Mobile Zuschnitte zeigen weiterhin die wichtigsten Personen und Motive.
- ☐ Einwilligungen und Nutzungsrechte für alle Personenbilder sind dokumentiert.

07 Vertrauen und Einwände

- ☐ Die Seite beantwortet typische Fragen zur Unternehmensgröße und Erreichbarkeit.
- ☐ Kunden erfahren, wer ihr Projekt tatsächlich bearbeitet.
- ☐ Arbeitsweise, Kommunikation und Qualitätsverständnis werden konkret beschrieben.
- ☐ Standort, regionale Nähe oder überregionale Zusammenarbeit werden nachvollziehbar erklärt.
- ☐ Kritische Punkte wie Spezialisierung oder begrenzte Kapazität werden transparent eingeordnet.
- ☐ Persönliche Nähe wird nicht mit fehlender Professionalität verwechselt.

08 Nächster Schritt und Pflege

- ☐ Die Seite führt zu passenden Leistungen, Referenzen oder Kontaktmöglichkeiten.
- ☐ Der Call-to-Action passt zur vorherigen persönlichen Vorstellung.
- ☐ Karriere- oder Teamthemen werden bei Bedarf sinnvoll verlinkt.
- ☐ Teamdaten und Fotos werden bei personellen Änderungen zeitnah aktualisiert.
- ☐ Veraltete Zertifikate, Zahlen und Aussagen werden regelmäßig geprüft.
- ☐ Title, Überschriften und strukturierte Unternehmensinformationen sind eindeutig.

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

Menschen kaufen Vertrauen

Eine überzeugende Über-uns-Seite zeigt Persönlichkeit, ohne den Kunden aus dem Blick zu verlieren. Sie macht sichtbar, wer hinter dem Angebot steht und wie sich die Zusammenarbeit anfühlt.

Veröffentlichen Sie persönliche Daten, Teamfotos und Qualifikationen nur mit passender Freigabe und in einem angemessenen Umfang.