

Website-Audit- Checkliste

Praktische Checkliste für eine systematische Website-Analyse



Website-Audit-Checkliste

Ein Website-Audit zeigt nicht nur Fehler, sondern vor allem ungenutzte Potenziale. Prüfen Sie Strategie, Inhalte, Nutzerführung, Vertrauen, Conversion, Sichtbarkeit und Technik als zusammenhängendes System.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Vertrauen, Verständlichkeit, Bedienbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Erster Eindruck

- ☐ Innerhalb weniger Sekunden wird klar, welches Unternehmen welche Leistung für wen anbietet.
- ☐ Die Website wirkt professionell, aktuell und passend zum tatsächlichen Qualitätsanspruch.
- ☐ Das wichtigste Nutzenversprechen ist ohne Scrollen oder langes Suchen erkennbar.
- ☐ Die visuelle Hierarchie lenkt den Blick auf Botschaft und nächste Handlung.
- ☐ Aufdringliche Pop-ups, Animationen oder Hinweise verdecken keine wichtigen Inhalte.
- ☐ Auf Mobilgeräten entsteht derselbe klare und vertrauenswürdige Ersteindruck.

02 Strategie und Positionierung

- ☐ Die Website verfolgt erkennbare geschäftliche Ziele.
- ☐ Zielgruppen werden konkret angesprochen und nicht mit allgemeinen Aussagen abgefertigt.
- ☐ Der Unterschied zu Wettbewerbern ist verständlich und glaubwürdig.
- ☐ Leistungen werden aus Kundensicht statt aus interner Fachperspektive erklärt.
- ☐ Preisniveau, Bildwelt, Sprache und Gestaltung passen zusammen.
- ☐ Die Website kommuniziert konsequent, wofür das Unternehmen steht.

03 Struktur und Orientierung

- ☐ Die Hauptnavigation ist kurz, verständlich und auch mobil leicht bedienbar.
- ☐ Seitenbezeichnungen entsprechen dem Sprachgebrauch der Zielgruppe.
- ☐ Wichtige Inhalte sind mit wenigen Klicks erreichbar.
- ☐ Besucher erkennen jederzeit, auf welcher Seite sie sich befinden.
- ☐ Interne Verlinkungen führen sinnvoll zu vertiefenden Informationen und nächsten Schritten.
- ☐ Footer, Kontakt, Datenschutz und Impressum sind vollständig und leicht auffindbar.

04 Inhalte und Verständlichkeit

- ☐ Überschriften erklären den Inhalt und funktionieren beim schnellen Überfliegen.
- ☐ Texte beantworten konkrete Fragen, statt nur Leistungen aufzuzählen.
- ☐ Absätze sind kurz, sinnvoll gegliedert und frei von unnötigen Wiederholungen.
- ☐ Fachbegriffe werden erklärt oder vermieden.

- ☐ Aussagen sind aktuell, fehlerfrei und sprachlich konsistent.
- ☐ Wichtige Seiten enthalten einen klaren nächsten Schritt.

05 Vertrauen und Belege

- ☐ Echte Ansprechpartner, Teammitglieder oder Inhaber werden sichtbar vorgestellt.
- ☐ Kundenstimmen enthalten nachvollziehbaren Kontext.
- ☐ Referenzen zeigen Ausgangslage, Lösung und Ergebnis.
- ☐ Qualifikationen, Erfahrung und Mitgliedschaften werden konkret belegt.
- ☐ Kontaktangaben, Unternehmensdaten und Standortinformationen sind vollständig.
- ☐ Bilder wirken authentisch und passen zur tatsächlichen Leistung.

06 Design und Bedienbarkeit

- ☐ Farben, Typografie, Abstände und Komponenten bilden ein konsistentes System.
- ☐ Texte sind auf Desktop und Mobil gut lesbar.
- ☐ Buttons und Links sind eindeutig als interaktive Elemente erkennbar.
- ☐ Kontraste reichen auch bei kleinen Texten und Zuständen aus.
- ☐ Formulare besitzen verständliche Beschriftungen und hilfreiche Rückmeldungen.
- ☐ Tastaturbedienung und sichtbare Fokuszustände wurden getestet.

07 Conversion und Kontakt

- ☐ Die wichtigste Handlung ist auf jeder zentralen Seite eindeutig.
- ☐ Call-to-Actions beschreiben konkret, was nach dem Klick passiert.
- ☐ Kontaktwege passen zu den Gewohnheiten und zur Dringlichkeit der Zielgruppe.
- ☐ Formulare sind kurz und fragen keine unnötigen Daten ab.
- ☐ Vertrauenssignale stehen in der Nähe wichtiger Entscheidungen.
- ☐ Telefon-, E-Mail- und Formularfunktionen wurden praktisch getestet.

08 SEO, Technik und Performance

- ☐ Jede wichtige Seite besitzt einen eindeutigen Title, eine passende H1 und ein klares Thema.
- ☐ Indexierung, Canonicals, Sitemap und Weiterleitungen sind plausibel eingerichtet.
- ☐ Die mobile Version enthält dieselben wichtigen Inhalte wie die Desktop-Version.
- ☐ Bilder sind sinnvoll komprimiert, dimensioniert und mit Alternativtexten versehen.
- ☐ Ladezeit, Reaktionsgeschwindigkeit und Layout-Stabilität wurden geprüft.
- ☐ Defekte Links, 404-Seiten und unnötige Weiterleitungsketten wurden bereinigt.

09 Pflege und Messbarkeit

- ☐ Analytics und Conversion-Messung erfassen nur relevante und datenschutzkonform eingebundene Daten.
- ☐ Verantwortlichkeiten für Inhalte, Updates, Backups und Sicherheit sind festgelegt.
- ☐ Veraltete Teamdaten, Leistungen, Öffnungszeiten oder Downloads werden regelmäßig geprüft.
- ☐ Formulare und E-Mail-Zustellung werden wiederkehrend getestet.
- ☐ Es gibt einen festen Rhythmus für Auswertung und Optimierung.

- ☐ Erkenntnisse aus Anfragen, Vertrieb und Kundenfeedback fließen in die Website ein.

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

Nicht nur Fehler sammeln

Ein Audit ist dann wertvoll, wenn aus Beobachtungen konkrete, priorisierte Maßnahmen entstehen. Beginnen Sie mit Problemen, die Nutzer und Geschäftsergebnis gleichzeitig betreffen.

Hinweis: Automatische Prüfwerkzeuge können ein Audit unterstützen, ersetzen aber keine inhaltliche und manuelle Bewertung.

Orientierung und weiterführende Quellen

Google Search Central: SEO Starter Guide

Google Search Central: Core Web Vitals