

Website-Inhalte- Checkliste

Arbeitsunterlage zur strukturierten Vorbereitung aller Website-Inhalte



Website-Inhalte-Checkliste

Eine Website verzögert sich häufig nicht wegen der Technik, sondern wegen fehlender Texte, Bilder, Freigaben und Informationen. Diese Checkliste hilft Ihnen, alle benötigten Inhalte rechtzeitig und geordnet bereitzustellen.

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 Ziele und Seitenumfang

- ☐ Das wichtigste Website-Ziel ist benannt: Anfrage, Termin, Verkauf, Bewerbung oder Information.
- ☐ Die primären Zielgruppen und ihre wichtigsten Fragen sind dokumentiert.
- ☐ Eine verbindliche Liste aller geplanten Seiten und Seitentypen liegt vor.
- ☐ Für jede Seite ist definiert, welche Aufgabe sie erfüllen soll.
- ☐ Muss-, Soll- und Kann-Inhalte sind klar priorisiert.
- ☐ Verantwortliche und Freigabepersonen sind für jeden Inhaltsbereich benannt.

02 Unternehmensgrundlagen

- ☐ Firmenname, Rechtsform, Gründungsjahr und Standorte sind korrekt erfasst.
- ☐ Eine kurze und eine ausführliche Unternehmensbeschreibung liegen vor.
- ☐ Positionierung, Alleinstellungsmerkmale und wichtigster Kundennutzen sind formuliert.
- ☐ Werte und Arbeitsweise werden konkret statt mit allgemeinen Schlagworten beschrieben.
- ☐ Ansprechpartner, Funktionen und Kontaktdaten sind vollständig.
- ☐ Mitgliedschaften, Zertifikate, Auszeichnungen und Qualifikationen sind belegt.

03 Leistungen und Angebote

- ☐ Alle Leistungen sind nach Kundensicht statt nur nach internen Begriffen gegliedert.
- ☐ Für jede Leistung sind Zielgruppe, Nutzen und typisches Ergebnis beschrieben.
- ☐ Leistungsumfang, Voraussetzungen und mögliche Zusatzleistungen sind geklärt.
- ☐ Der Ablauf von der Anfrage bis zur Fertigstellung ist verständlich dokumentiert.
- ☐ Häufige Einwände zu Preis, Dauer, Aufwand oder Zusammenarbeit sind gesammelt.
- ☐ Verfügbare Preisangaben, Pakete oder Orientierungswerte sind freigegeben.

04 Zielgruppen und Kundensprache

- ☐ Die wichtigsten Probleme, Wünsche und Entscheidungskriterien der Kunden sind notiert.
- ☐ Typische Fragen aus Verkaufsgesprächen, E-Mails oder Telefonaten sind gesammelt.
- ☐ Fachbegriffe wurden markiert und für Laien verständlich erklärt.
- ☐ Texte sprechen die Zielgruppe konsistent mit Du oder Sie an.

- ☐ Die Tonalität passt zu Marke, Preisniveau und tatsächlicher Zusammenarbeit.
- ☐ Interne Formulierungen wurden durch konkrete Ergebnisse und Beispiele ersetzt.

05 Referenzen und Vertrauensbelege

- ☐ Geeignete Projekte sind mit Kunde, Aufgabe, Lösung und Ergebnis dokumentiert.
- ☐ Für Veröffentlichungen liegen erforderliche Freigaben vor.
- ☐ Kundenstimmen enthalten Namen, Unternehmen und nachvollziehbaren Kontext.
- ☐ Messbare Ergebnisse werden nur verwendet, wenn sie belegbar und verständlich sind.
- ☐ Team, Erfahrung, Prozesse und Qualitätsstandards werden konkret gezeigt.
- ☐ Logos von Kunden oder Partnern dürfen rechtssicher verwendet werden.

06 Fotos, Videos und Grafiken

- ☐ Logo und Signets liegen in geeigneten Formaten für Web und Download vor.
- ☐ Aktuelle Porträts von Inhabern, Team und Ansprechpartnern sind vorhanden.
- ☐ Leistungen, Räume, Produkte oder Arbeitssituationen werden authentisch gezeigt.
- ☐ Bildauswahl, Dateinamen und Nutzungsrechte sind nachvollziehbar dokumentiert.
- ☐ Benötigte Infografiken, Diagramme, Icons oder Prozessdarstellungen sind benannt.
- ☐ Videos besitzen Titel, Vorschaubild, Untertitel und eine klare Einbindungsfreigabe.

07 Downloads und Pflichtinformationen

- ☐ Broschüren, Preislisten, Datenblätter oder Formulare sind aktuell und webtauglich.
- ☐ Dateinamen sind verständlich und enthalten keine internen Versionskürzel.
- ☐ Impressum, Datenschutz und gegebenenfalls weitere Rechtstexte werden fachlich geprüft bereitgestellt.
- ☐ Öffnungszeiten, Bankdaten, Handelsregister- und Steuerangaben sind korrekt.
- ☐ Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechte für alle Inhalte sind geklärt.
- ☐ Veraltete PDFs und doppelte Downloads werden nicht ungeprüft übernommen.

08 Übergabe und Freigabe

- ☐ Alle Inhalte liegen zentral in einer klar benannten Ordnerstruktur.
- ☐ Dateien besitzen eindeutige Namen und eine erkennbare aktuelle Version.
- ☐ Texte werden als bearbeitbare Dokumente und nicht nur als Screenshot geliefert.
- ☐ Korrekturen werden gebündelt und von einer verantwortlichen Person freigegeben.
- ☐ Fehlende Inhalte sind mit Termin und Zuständigkeit in einer offenen Liste erfasst.
- ☐ Nach dem Launch ist geklärt, wer Inhalte künftig aktualisiert und prüft.

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

Gute Vorbereitung spart Projektzeit

Vollständige, freigegebene Inhalte reduzieren Rückfragen, vermeiden Platzhalter und ermöglichen ein Design, das wirklich auf Ihre Botschaften zugeschnitten ist.

Die Checkliste ersetzt keine rechtliche Prüfung von Pflichtangaben, Nutzungsrechten oder Datenschutztexten.