

Website-Konzept- Checkliste

Praktische Checkliste für eine strategisch geplante Website



Website-Konzept-Checkliste

Ein gutes Website-Konzept verbindet Geschäftsziele, Kundenbedürfnisse, Inhalte, Design und Technik. Diese Checkliste hilft Ihnen, die entscheidenden Grundlagen zu klären, bevor Gestaltung oder Umsetzung beginnen.

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 Geschäftsziel und Erfolg

- ☐ Es ist klar definiert, welche geschäftliche Aufgabe die Website erfüllen soll - zum Beispiel Anfragen, Verkäufe, Bewerbungen oder Terminbuchungen.
- ☐ Für das Hauptziel wurden konkrete Messgrößen festgelegt, etwa qualifizierte Kontakte, Anrufr Klicks, Downloads oder Buchungen.
- ☐ Die Website-Ziele unterstützen die übergeordneten Unternehmens- und Marketingziele.
- ☐ Es ist entschieden, welche Zielgruppe zuerst überzeugt werden muss.
- ☐ Es gibt eine realistische Priorisierung zwischen Muss-, Soll- und Kann-Funktionen.
- ☐ Budget, Zeitrahmen und interner Aufwand passen zum geplanten Umfang.

02 Zielgruppe und Entscheidungssituation

- ☐ Die wichtigsten Kundengruppen sind konkret beschrieben und nach Relevanz priorisiert.
- ☐ Probleme, Wünsche, Einwände und Entscheidungskriterien der Zielgruppe sind dokumentiert.
- ☐ Es ist bekannt, mit welchem Vorwissen und welcher Dringlichkeit Besucher auf die Website kommen.
- ☐ Die wichtigsten Fragen vor einer Kontaktaufnahme oder einem Kauf sind gesammelt.
- ☐ Die Website berücksichtigt unterschiedliche Entscheidungsphasen - von erster Orientierung bis zur konkreten Anfrage.
- ☐ Interne Fachbegriffe wurden in verständliche Kundensprache übersetzt.

03 Positionierung und Kernbotschaft

- ☐ Das Unternehmen kann in einem Satz erklären, für wen es welchen konkreten Nutzen bietet.
- ☐ Die Website zeigt nachvollziehbar, warum das Angebot besser oder passender als Alternativen ist.
- ☐ Leistungsversprechen und tatsächliche Arbeitsweise stimmen überein.
- ☐ Wichtige Unterschiede zum Wettbewerb sind relevant und belegbar.
- ☐ Die drei wichtigsten Botschaften wurden festgelegt und widersprechen sich nicht.
- ☐ Preisniveau, Tonalität, Design und Nutzenversprechen ergeben ein stimmiges Gesamtbild.

04 Seitenstruktur und Nutzerwege

- ☐ Alle notwendigen Seitentypen sind festgelegt: Startseite, Leistungen, Über uns, Referenzen, Wissen, Kontakt und rechtliche Seiten.

- ☐ Die Navigation orientiert sich an Nutzerfragen und nicht an internen Abteilungen.
- ☐ Für jede zentrale Zielgruppe ist ein sinnvoller Einstieg vorhanden.
- ☐ Wichtige Informationen sind mit höchstens zwei bis drei Klicks erreichbar.
- ☐ Für jeden Hauptnutzerweg ist die gewünschte nächste Handlung definiert.
- ☐ Sackgassen und doppelte Seiten mit nahezu gleichem Zweck wurden vermieden.

05 Inhalte und Belege

- ☐ Für jede Seite sind Ziel, Hauptbotschaft und benötigte Inhalte festgelegt.
- ☐ Leistungsseiten erklären Ergebnis, Ablauf, Voraussetzungen, Dauer und häufige Einwände.
- ☐ Referenzen, Kundenstimmen, Zahlen oder Qualifikationen belegen wichtige Aussagen.
- ☐ Benötigte Texte, Fotos, Videos, Grafiken und Downloads sind inventarisiert.
- ☐ Verantwortliche und Termine für fehlende Inhalte stehen fest.
- ☐ Bestehende Inhalte werden nicht ungeprüft übernommen, sondern nach Nutzen und Aktualität bewertet.

06 Funktionen und Schnittstellen

- ☐ Formulare fragen nur Informationen ab, die für den nächsten Schritt wirklich erforderlich sind.
- ☐ Terminbuchung, Newsletter, Shop, Mitgliederbereich oder andere Funktionen sind klar beschrieben.
- ☐ Notwendige Schnittstellen zu CRM, Kalender, E-Mail-Marketing oder anderen Systemen sind dokumentiert.
- ☐ Für jede Funktion ist geklärt, wer sie später betreut und mit Inhalten versorgt.
- ☐ Externe Dienste wurden hinsichtlich Kosten, Datenschutz und Abhängigkeiten geprüft.
- ☐ Für kritische Funktionen existiert ein sinnvoller Fallback, falls ein Dienst ausfällt.

07 Design- und Markensystem

- ☐ Logo, Farben, Schriften und Bildsprache liegen in geeigneten Formaten und klaren Regeln vor.
- ☐ Die gewünschte Wirkung der Website ist in wenigen Begriffen beschrieben.
- ☐ Gestaltungsvorbilder werden nach konkreten Eigenschaften bewertet und nicht nur mit „gefällt mir“ kommentiert.
- ☐ Das Design unterstützt Positionierung und Nutzerführung statt nur aktuellen Trends zu folgen.
- ☐ Wiederkehrende Bausteine und Seitentypen werden als konsistentes System geplant.
- ☐ Lesbarkeit, Kontraste, mobile Nutzung und Barrierefreiheit werden bereits in der Konzeption berücksichtigt.

08 Technik, Betrieb und Verantwortung

- ☐ CMS, Hosting, Domain, E-Mail und technische Verantwortlichkeiten sind geklärt.
- ☐ Performance, Sicherheit, Backups und Updates sind Teil des Konzepts und kein späterer Zusatz.
- ☐ Datenschutz, Einwilligungen, Impressum und Nutzungsrechte werden frühzeitig berücksichtigt.
- ☐ Es ist geklärt, wer nach dem Launch Texte, Bilder, Angebote und Teamdaten aktualisiert.
- ☐ Zugänge und Eigentumsverhältnisse an Domain, Hosting, Analytics und Konten sind transparent.
- ☐ Ein Wartungs- und Weiterentwicklungsbudget ist eingeplant.

09 Projektablauf und Freigaben

- ☐ Ansprechpartner, Entscheider und fachliche Zuarbeiter sind benannt.

- ☐ Projektphasen, Meilensteine und Freigaben sind verständlich dokumentiert.
- ☐ Feedback wird gesammelt, priorisiert und durch eine verantwortliche Person gebündelt.
- ☐ Es ist festgelegt, wie mit Änderungswünschen außerhalb des vereinbarten Umfangs umgegangen wird.
- ☐ Launch-Voraussetzungen und Abnahmekriterien sind definiert.
- ☐ Für die ersten Wochen nach dem Launch sind Kontrolle, Fehlerbehebung und Auswertung eingeplant.

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

Konzept vor Gestaltung

Je früher Ziele, Inhalte, Funktionen und Verantwortlichkeiten geklärt sind, desto weniger teure Schleifen entstehen später im Projekt.

Hinweis: Diese Checkliste dient der allgemeinen Projektorientierung und ersetzt keine individuelle technische, rechtliche oder betriebswirtschaftliche Beratung.