



Webdesign Checkliste

Für inspirierende Projekte & klare Kommunikation

Vielen Dank für Ihr Interesse an unseren Leistungen!



Um Ihnen ein passgenaues Angebot erstellen zu können, benötigen wir einige Informationen zu Ihrem Vorhaben.

Diese Checkliste hilft dabei, die wichtigsten Fragen im Vorfeld zu klären – und gibt einen Überblick, worauf bei der Planung einer Website geachtet werden sollte. Je nach Umfang der gewünschten Funktionen und Inhalte lässt sich damit auch das ungefähre Preisniveau besser einschätzen.



Sie müssen nicht alles ausfüllen. Stichwörter reichen.
Dieses Zeichen kennzeichnet besonders wichtige Punkte.

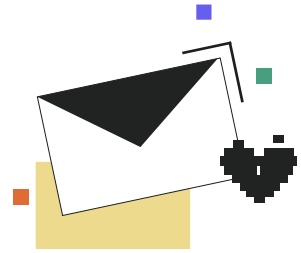
Die Onboarding Checkliste



Eine wertvolle Basis für unsere Zusammenarbeit: klar, strukturiert – und mit Raum für Ihre individuellen Wünsche.

Kontaktdaten

Bitte tragen Sie Ihre Kontaktdaten ein, damit wir Sie bei Rückfragen oder für die Angebotserstellung erreichen können.



Vorname / Nachname:

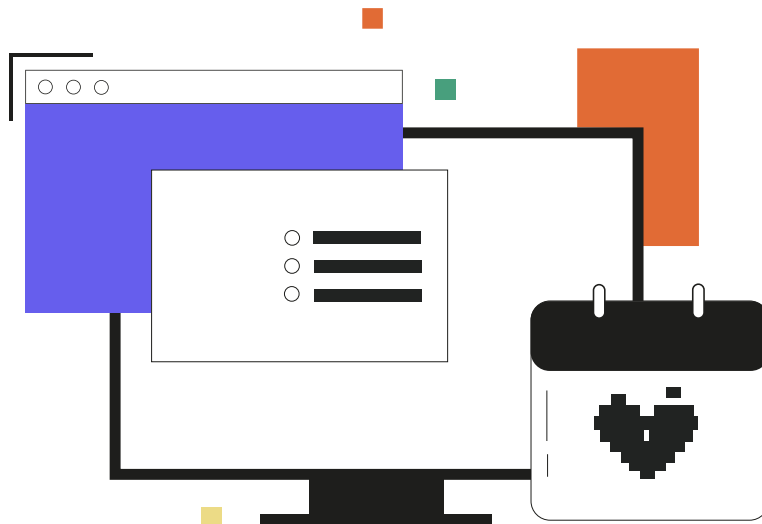
Unternehmen:

Position / Funktion:

E-Mail-Adresse:

Telefonnummer:

Website (falls vorhanden):



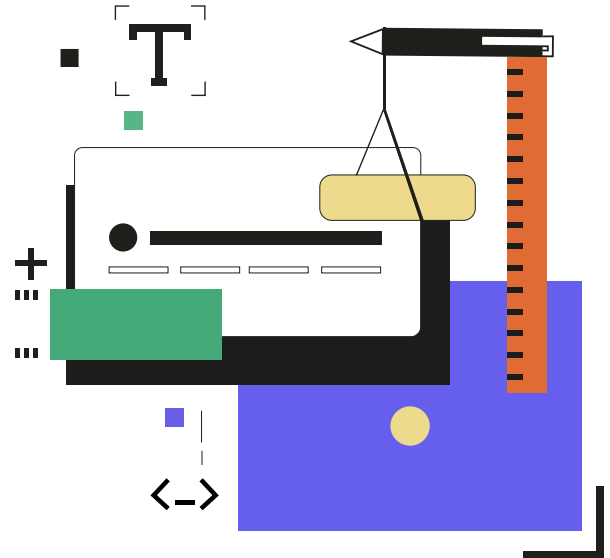
1. Art des Projekts

Worum geht es konkret?

Eine neue Website oder ein Relaunch stellen unterschiedliche Anforderungen. Dieser Punkt hilft uns, Ihre Ausgangssituation richtig einzuschätzen.

Neue Website

Relaunch einer bestehenden Website



Falls Relaunch:

Was funktioniert an der aktuellen Website gut?

Was funktioniert nicht gut / soll auf keinen Fall so bleiben?

Gibt es Zugang zu bestehenden Analytics-Daten (z. B. Google Analytics, Search Console)?

Vorab-Analyse der bestehenden Website gewünscht

➤ 2. Ziele & Zielgruppe

Wen möchten Sie erreichen – und was soll Ihre Website bewirken?

Je genauer wir Zielgruppe und Ziele kennen, desto gezielter können wir Ihre Website ausrichten – in Struktur, Design und Funktion.

Wer sind Ihre Wunschkund:innen / Branchen?



Welche Ziele verfolgen Sie?

Imageaufbau

Markenaufbau / Positionierung

Mehr Anfragen

Personalgewinnung

Online-Verkauf

Sichtbarkeit erhöhen (SEO-Basics)

Sonstiges:

Wichtigste Mitbewerber [mit Website-Links]:

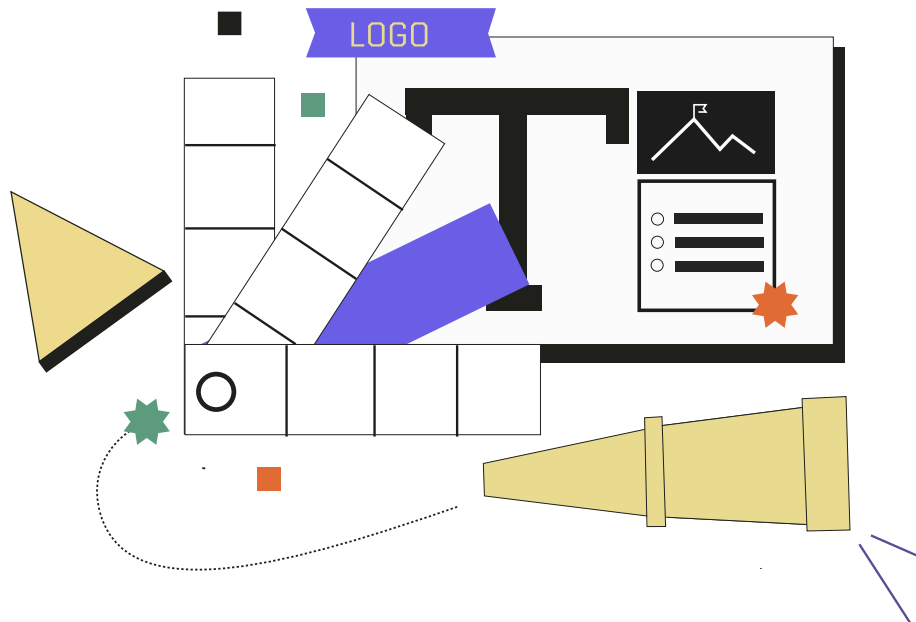
Was unterscheidet Sie von Ihren Mitbewerbern / Ihr USP:

Primäre Call-to-Actions (z.B. "Angebot anfordern"):

3. Vision & Markenwelt

Wie soll Ihre Marke wirken?

Ihre Website soll nicht nur Informationen liefern, sondern auch Ihre Marke und deren Werte repräsentieren. Dafür ist es wichtig zu wissen, wer Sie sind und wie Sie gesehen werden möchten.



So wollen wir gesehen werden:

Welche Werte verkörpert Ihre Marke? Nennen Sie drei Markenwerte:

Markenstory in einem Satz / Slogan:



4. Look & Feel

Welche Designsprache passt zu Ihrem Unternehmen?

Farben, Typografie, Bildsprache und gestalterische Vorlieben helfen uns, ein Design zu entwickeln, das stimmig wirkt und Ihre Marke klar wiedererkennbar macht.

➤ Bestehende Branding-Elemente:

Logo

Corporate Design Manual

Animationen

Farben

Fotomaterial

Film / Bewegtbild

Typografie

Icons

Website Designsprache:

Stilrichtung / visuelle Ästhetik (clean, verspielt, mutig, elegant, ...):

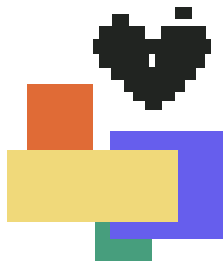
Farbstimmungen / Typografie-Wünsche:

Liebblings-Websites (gerne auch aus anderen Branchen) mit kurzer Begründung:

Wünsche zu Animationen, Bildsprache, Icons:

Unbedingte Must-haves (Elemente, Botschaften, Funktionen):

No-Gos (Stile, Farben, Elemente, die vermieden werden sollen):



➤ 5. Inhalte & Struktur



Was möchten Sie zeigen – und wie ist die Seite aufgebaut?

Struktur ist die Dramaturgie Ihrer Inhalte. Wir bringen Wichtiges nach vorn, ordnen Sekundärinformationen elegant und führen Ihre Zielgruppe intuitiv durch die Seite – für bessere Verständlichkeit, bessere Auffindbarkeit und bessere Ergebnisse.

Sitemap ist vorhanden

Texterstellung erwünscht

Gewünschte Seiten (z. B. Start, Leistungen, Kontakt)

Vorhandene Inhalte (z.B. Texte, Bilder, Videos, Downloads)

Wer ist intern für die Content-Erstellung zuständig:

6. Sprachen & Mehrsprachigkeit

Sollen Inhalte auch in anderen Sprachen verfügbar sein?

Sprachen erweitern Reichweite und Aufwand zugleich. Deshalb planen wir Navigation, Übersetzungen und Abläufe so, dass alles konsistent und gut pflegbar bleibt.

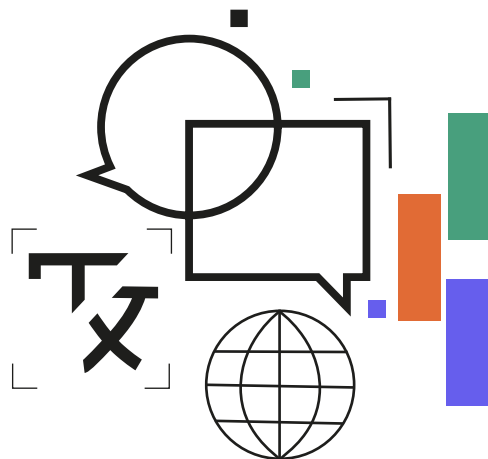
Nur Deutsch

Deutsch + Englisch

Weitere Sprachen:

Nur ausgewählte Bereiche sollen
übersetzt werden

Es gibt bereits vorhandene Übersetzungen



➤ 7. Funktionen

Welche Funktionen soll Ihre Website bieten?

Funktionen sind Mittel zum Zweck. Besser wenige, die messbar wirken, als viele, die nur glänzen. Wir priorisieren das, was Klicks in Ergebnisse verwandelt.

Interaktive Funktionen

Formulare (Kontakt, Anfrage, mehrstufig, Upload)

Buchung / Kalender

Shop / Bestellprozess

Kundenbereich / Mitgliederbereich

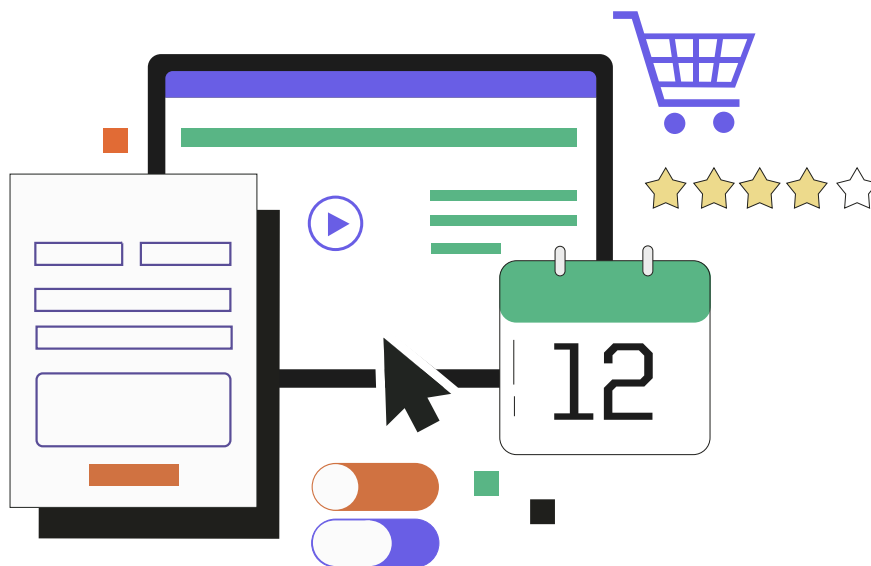
Login / Registrierung

Bewertungen / Testimonials

Suche (einfach / erweitert)

Filterfunktionen (z. B. für Referenzen, Team, Produkte)

Dynamische Inhalte / Datenbank-basierte Inhalte



Integrationen & Schnittstellen

CRM-Anbindung (z. B. HubSpot, Pipedrive)

Newsletter-Tools (z. B. Mailchimp, Brevo)

☐ Chat-Tools / Live-Support

Karten / Maps

Event-Tools

API-Integrationen oder externe Tools
(CRM, Newsletter, Chat, Maps, ...):

Sonstiges:

8. Bild- & Videomaterial

Wie visuell ist Ihr Unternehmen bereits aufgestellt?

Bilder entscheiden in Sekunden, ob jemand bleibt. Wir planen Motive, Formate und Qualität, damit Ihre Inhalte nicht nur gesehen, sondern verstanden werden.

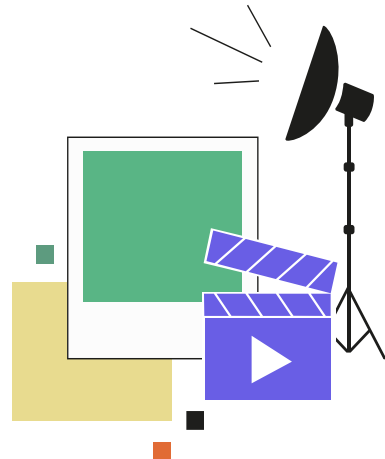
Eigene Bilder vorhanden

Stockmaterial vorhanden

Bildbearbeitung benötigt

Fotoshooting / Videodreh benötigt

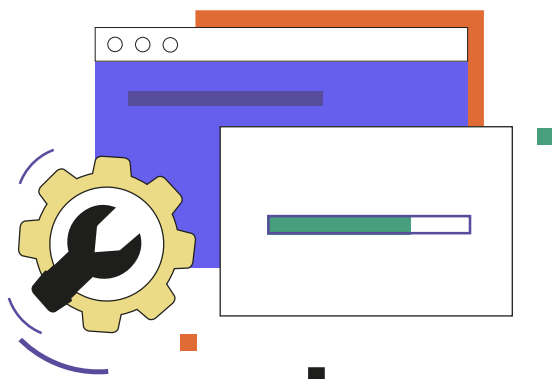
Designvorgaben oder Szenenwünsche:



9. Technik & Pflege

Wer kümmert sich später um Inhalte & Wartung?

Technik darf man im Alltag kaum merken: sie muss stabil, sicher und schnell sein. Wir klären Hosting, CMS, die spätere Pflege Ihrer Inhalte sowie technische Updates – damit im Betrieb alles reibungslos läuft.



1. Pflege der Inhalte

Inhalte komplett selbst verwalten

Teilweise selbst verwalten (News, Produkte)

Komplett extern verwaltet

2. CMS-Vorlieben / Anforderungen:

3. Wartung:

Pflege & Wartung durch uns gewünscht

Wartungsvertrag gewünscht

4. Hosting / Domain:

Hosting wird benötigt

Domain wird benötigt

Hosting & Domain bereits vorhanden

10. Mobile, Performance & Core Web Vitals

Ihre Website soll auf allen Geräten überzeugen.

Eine flüssige Seite wirkt professionell, vermeidet unnötige Absprünge und schafft die technischen Grundlagen für gute Rankings. Wir definieren Zielwerte und optimieren und prüfen kritische Seiten.



Responsive Design gewünscht

Mobile-only Version (z. B. für Kampagnen)

Wichtigkeit von Ladezeiten & Performance

hoch

mittel

gering

Kritische Templates / Flows (z. B. Produkt, Kontakt):

➤ 11. Rechtliches & Barrierefreiheit

Vertrauen entsteht auch durch Sorgfalt.

Damit Ihre Website nicht nur optisch überzeugt, sondern auch rechtlich auf der sicheren Seite ist, achten wir auf die Einhaltung der geltenden Vorschriften. Rechtstexte, Lizenzen und Barrierefreiheit schützen Sie, erweitern Ihre Zielgruppen und sorgen für eine professionelle und zugängliche Website.

DSGVO-konformes Impressum & Datenschutz

Consent-Management (Cookie-Hinweise) – falls nötig

Lizenzen prüfen (Schriften, Bilder, Plugins)

Barrierefreiheit nach WCAG

Besondere Anforderungen (Leichte Sprache, Kontraste, Tastatur, Fokus):



12. Sichtbarkeit & Vermarktung

Wie werden Sie im Web gefunden?

Gefunden werden ist planbar. Wir unterstützen Sie dabei, die richtigen Maßnahmen für Ihre Reichweite und Auffindbarkeit auszuwählen.



Basismaßnahmen:

SEO-Basispaket (Struktur, Ladezeit, Meta-Daten, Google Search Console)

Google Unternehmensprofil

Tracking / Analyse

Social-Media-Kanäle einbinden oder verlinken :

Erweiterte Maßnahmen:

SEO-Strategie (Keyword-Sets, Content-Plan, EEAT-Signale)

Local Listings (z.B. Branchenverzeichnisse)

Google Ads

Social Ads

Retargeting

Newsletter / CRM

➤ 13. Projektablauf & Zusammenarbeit

Klare Abläufe schaffen Leichtigkeit im Projekt.

Wir halten Wege kurz, Entscheidungen transparent und Deadlines realistisch – damit die Zusammenarbeit für alle angenehm und effektiv bleibt.

Gewünschter Projektstart _____

Geplantes Go-live-Datum _____

Feste Deadline vorhanden (z. B. Messe, Launch, Event)?

Wer trifft finale Entscheidungen im Projekt?

Ansprechpartner:in intern:

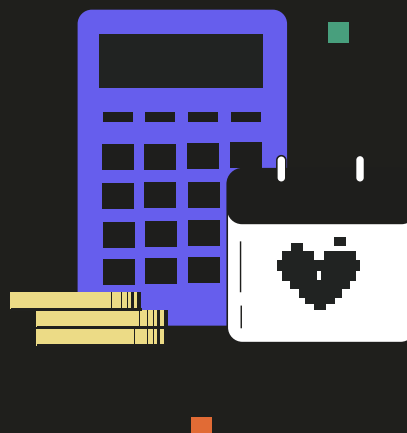
Gewünschte Anzahl Feedback- / Korrekturschleifen

Grober Budgetrahmen:

< 5.000 €

5.000-10.000 €

> 10.000 €



14. Erfolgsmessung

Durch klare Messwerte wird Ihr Online-Erfolg sichtbar und steuerbar.

Hier legen wir fest, woran sich der Erfolg Ihrer Website messen soll – und in welchem Rhythmus wir die Ergebnisse prüfen. So entsteht eine verlässliche Grundlage für Entscheidungen.

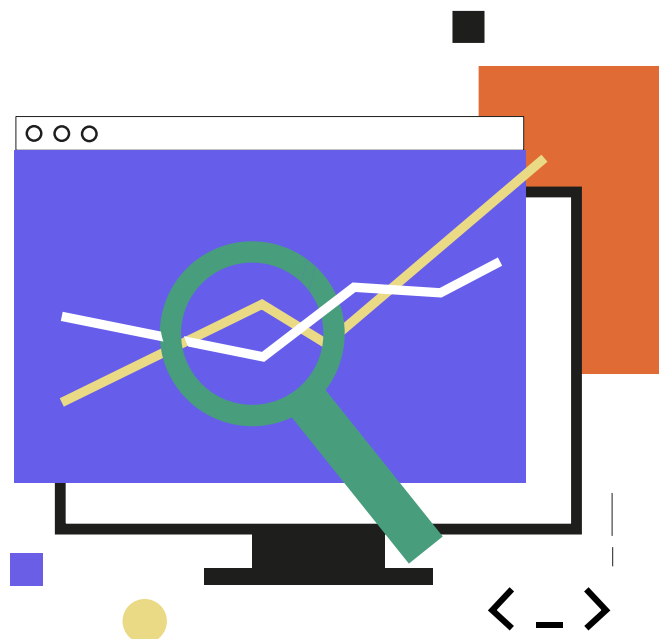
Primäre KPIs, damit man gezielt misst: (z. B. Leads, Sales, Bewerbungen, SEO-Sichtbarkeit ...)

Dashboards / Reports:

monatlich

quartalsweise

nur bei Bedarf





15. Übergabe & Schulung

Nach dem Launch beginnt die Routine.

Damit Sie mit Ihrer Website souverän arbeiten können, begleiten wir Sie durch die ersten Schritte und zeigen Ihnen, falls gewünscht, wie sich Inhalte mühelos pflegen lassen.

CMS-Zugänge eingerichtet (Userrollen, Logins)

Redaktions-Schulung

Styleguide / Komponenten-Doku

Notfall- / Backup-Plan (immer inklusive)

Performance- / SEO-Review nach 6-8 Wochen

16. Offene Punkte & Besonderheiten

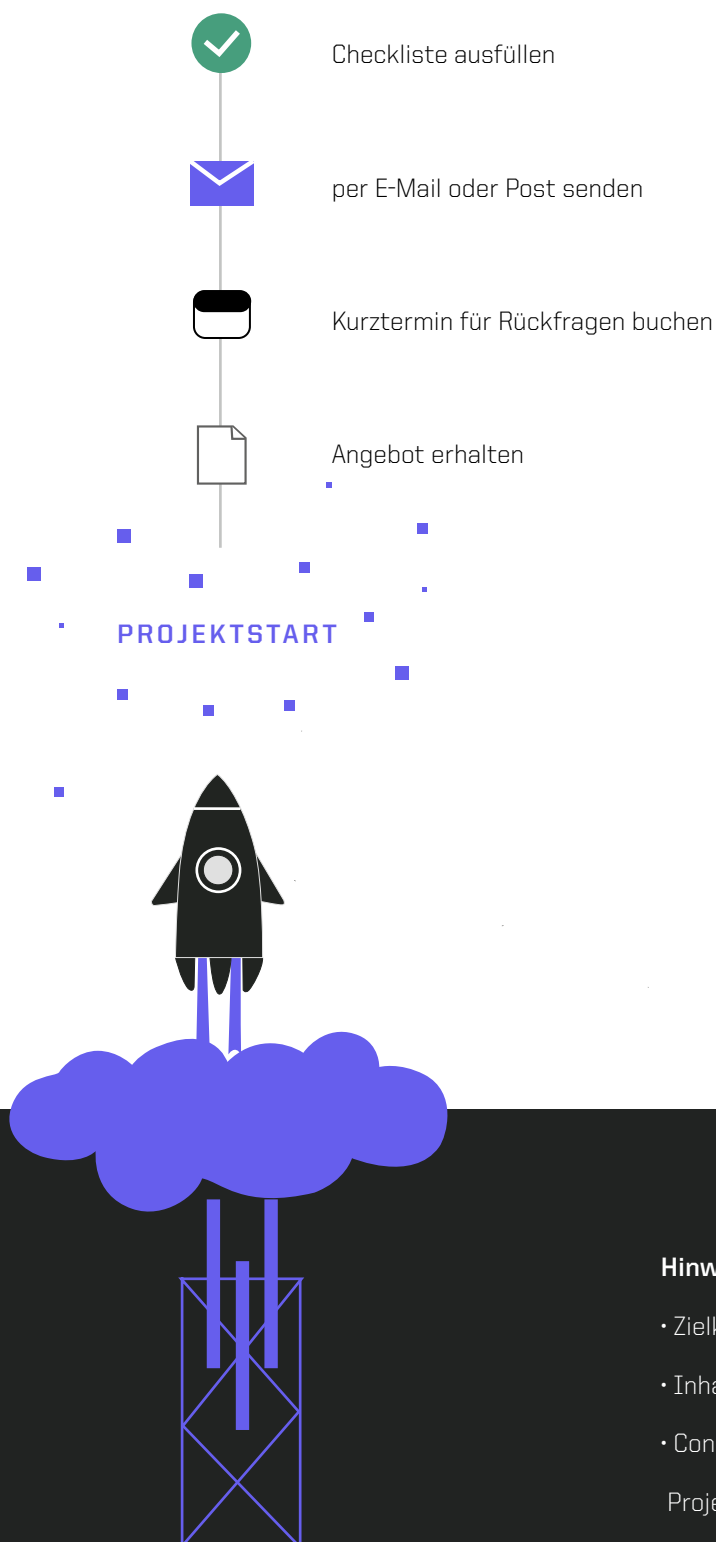
Hier können besondere Anforderungen, Abhängigkeiten oder Risiken festgehalten werden.

Risiken, Abhängigkeiten, Deadlines:

Drittparteien / Partner im Projekt:

Sonstiges, das wir wissen sollten:

Nächste Schritte



Hinweise zum Start



- Zielklarheit zuerst, Design danach.
- Inhalte früh planen, damit Design realistisch wird.
- Consent / Tracking und Barrierefreiheit nicht ans Projektende schieben.

Glossar – Einfach erklärt

Webdesign bringt manchmal mehr Abkürzungen mit als ein Flughafen.

Damit Sie jederzeit wissen, wovon die Rede ist, finden Sie hier die wichtigsten Begriffe kurz und verständlich erklärt – kompakt, klar und ganz ohne Technik-Jargon.

API

Eine Application Programming Interface ist eine technische Schnittstelle, über die zwei Systeme miteinander kommunizieren können (z. B. Website und CRM).

Barrierefreiheit / WCAG

Richtlinien, die Websites für alle Menschen nutzbar machen – z. B. für Personen mit Seh-, Hör- oder motorischen Einschränkungen. In manchen Bereichen ist Barrierefreiheit zudem rechtlich vorgeschrieben.

Call-to-Action (CTA)

Aufforderung zum Handeln, z. B. „Kontakt aufnehmen“ oder „Jetzt kaufen“.

CMS (Content-Management-System)

Ein Content-Management-System zur Verwaltung von Website-Inhalten, z. B. WordPress oder Webflow. Inhalte können ohne Programmierkenntnisse gepflegt werden.

Consent-Management

Ein Hinweis- und Zustimmungstool, das Nutzer:innen um Erlaubnis für Cookies und Tracking bittet.

Core Web Vitals

Google-Kennzahlen zur technischen Qualität einer Website, z. B. Ladezeit, Stabilität und Reaktionsgeschwindigkeit.

Corporate Design

Visuelle Gestaltung der Marke: Farben, Logo, Schriften, Gestaltungsregeln.

Dashboard

Übersicht der wichtigsten Messwerte, oft grafisch dargestellt (z. B. Leads pro Monat).

DSGVO

Datenschutz-Grundverordnung: EU-Regeln, die Datenverarbeitung und Cookies betreffen.

Hosting

Speicherplatz, auf dem die Website läuft. Ohne Hosting keine Website.

KPI

Ein Key Performance Indicator ist eine bestimmte Kennzahl für Erfolgsmessung, die zeigt, ob eine Maßnahme erfolgreich ist (z. B. Anzahl Anfragen).

Leads

Kontakte, die über ein Formular, eine Buchung oder eine Anfrage entstehen.

Local Listings

Einträge in relevanten Online-Verzeichnissen (z. B. Google Business, Branchenverzeichnisse).

Navigation / Sitemap

Struktur und Aufbau aller Seiten einer Website – ähnlich einem Inhaltsverzeichnis.

Performance

Technische Geschwindigkeit der Website, die sich auf Nutzerfreundlichkeit und SEO auswirkt.

Responsive Design

Layout passt sich automatisch an Handy, Tablet und Desktop an.

Retargeting

Werbung für Personen, die die Website bereits besucht haben.

SEO

Search Engine Optimization: Maßnahmen für bessere Sichtbarkeit in Suchmaschinen.

SEO-Basics

Grundlegende Maßnahmen wie saubere Struktur, gute Ladezeit, sinnvolle Meta-Daten, Einrichtung der Search Console.

Server / Domain

Server = technischer Platz für die Website.
Domain = die Webadresse (z. B. www.meinefirma.de).

Stockmaterial

Fertig verfügbare Fotos oder Videos aus Bilddatenbanken.

Template

Vorlage für Seiten oder Seitenteile (z. B. Produktseite, Blogbeitrag).

Tracking

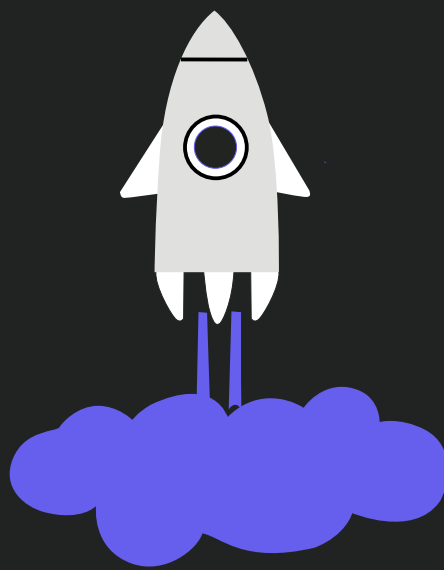
Messung von Website-Daten, etwa Klicks, Seitenaufrufe oder Anfragen.

UI / UX

User Interface = Gestaltung der Benutzeroberfläche.
User Experience = Nutzererlebnis, also wie intuitiv und angenehm etwas zu bedienen ist.

USP (Unique Selling Proposition)

Eine Unique Selling Proposition ist der wichtigste Unterschied zu Wettbewerbern – das Alleinstellungsmerkmal.



Lassen Sie uns Ihr Projekt starten!

3,2,1 - Launch!