

Checkliste

Besucher & Inhalte

Jemand, der dein Angebot noch gar nicht kennt, versteht nach kurzer Zeit auf der Website, was du schwerpunktmäßig anbietest.

Ein Besucher, der kaum etwas über dein Unternehmen weiß, versteht die Hauptnavigation. Er muss nicht erst groß herum-suchen oder klicken.

Auch ein etwas verpeilter oder ungeduldiger Besucher kommt zügig zu den Inhalten, die er sucht.

Eine persönliche und deutliche Ansprache auf deinen wichtigsten Seiten ist vorhanden. Du speist Besucher nicht nur mit Phrasen und Herzlich-willkommen-Botschaften ab.

Besucher können durch die Infos auf der Website für sich selbst einordnen, ob sie zu deiner Zielgruppe gehören. Das können einfache Anhaltspunkte sein (z.B. dass du benennst, ob du eher mit Privatkunden und/oder mit Unternehmen als Kunden arbeitest).

Du weißt, welche Handlungsaufforderung auf deiner Website die wichtigste ist und diese ist auch auf persönliche und angenehme Weise eingebaut (das kann z.B. eine Anfrage per E-Mail sein oder die Buchung eines Kennenlerngesprächs in deinem Kalender).

Dein Team / du als Person tauchst auf der Website in angenehmen Maß auf. Nicht zu sehr im Vordergrund. Aber auch nicht nur im Impressum.

Besucher können sich zumindest ein Bild von dir und deinem Angebot machen. Sie können vorab ein bisschen erahnen, wie es vor Ort aussieht bzw. wer sie bei einer Zusammenarbeit erwartet.

Besucher können sich grundlegende Fragen auf der Website beantworten: Wer ist das hier? Ist das Angebot für mich passend? Ist das in der Nähe? Wie kann ich dort anfragen? etc.

Was macht eine gute Website aus?

2/4

Checkliste

Besucher werden nicht gefrustet, weil du sie mit Floskeln abspeist. Stattdessen benennst und beschreibst du Dinge konkret.

Besucher können durch die Website Vertrauen aufbauen, weil es Transparenz zu dir als Person und zu deiner Arbeitsweise gibt.

SEO

Jede Seite hat ein eingegrenztes Thema, sodass Suchmaschinen und Besucher das Thema verstehen.

Zu einigen Seiten gibt es Suchbegriffe, die auch gesucht werden. Zum Beispiel weil Menschen in deiner Region nach deinem Angebot suchen (›Energieberater in der Nähe‹ etc.)

Es gibt nicht nur rudimentäre Text-Schnipsel. Sondern zumindest auf einigen Seiten etwas mehr Text mit Mehrwert, unterteilt in Absätze, Listen und mit sprechenden Zwischenüberschriften.

Der Grundaufbau auf den Seiten ist für Suchmaschinen gut ›lesbar‹: Nur eine H1-Überschrift (aussagekräftig) pro Seite. Es gibt einen gefüllten ›title‹ und eine ›Meta-description‹.

Gestaltung

Die Gestaltung bzw. der Rahmenaufbau der Website ist nicht uralt sondern relativ aktuell (z.B. auch für mobile Bildschirme optimiert).

Die Gestaltung der Website passt zum Rest deines Erscheinungsbildes. Die Website sieht im Vergleich nicht komplett anders aus.

Die Gestaltung unterscheidet sich von direkten Mitbewerbern und es gibt einen Wiedererkennungswert, den du auch selbst als solchen beschreiben könntest, wenn du dein eigenes Erscheinungsbild beschreiben müsstest.

Checkliste

Gestaltung

Dir oder deinem Umfeld fallen wenig negative Assoziationen zur Gestaltung ein, wenn ehrlich draufgeschaut wird: Nicht trist, düster, chaotisch, nicht altbacken, eingepfercht, streng, langweilig

Die Gestaltung drängt sich nicht zu sehr auf und gibt den Inhalten die Bühne. Aber die Website sieht nicht nach einem x-beliebigen Template aus, weil es Details mit Wiedererkennungswert gibt.

Die Schriftgröße für längere Texte ist nicht zu klein (16 bis 24 px sind je nach Schriftfamilie eine gute Orientierung). Die Zeilen sind nicht zu lang (ungefähr 45 bis 75 Buchstaben pro Zeile).

Die Kontraste von Schriftfarben zu Hintergründen sind gut. Gib deine Farbwerte online ein, um die Kontraste zu checken: <https://colors.co/contrast-checker>

Es gibt keine / kaum dekorative Schreibschriften, die du zwar gern magst, aber die einfach schlecht lesbar sind.

Inhalte haben genug Platz und wirken nicht eingepfercht. Einzelne Bereiche lassen sich gut unterscheiden / getrennt wahrnehmen.

Es gibt wenig Irritationen durch wechselnde oder inkonsistente Gestaltung. Wenn Inhalte hervorgehoben oder anders gestaltet sind, passiert das dosiert und hat einen Grund).

Es gibt einige gute / authentische / persönliche Fotos, die deine Selbstständigkeit widerspiegeln.

Es gibt ansprechende Bereiche mit Verlinkungen innerhalb der Seiten auf weitere Inhalte.

Der Fußbereich der Website wirkt einladend gestaltet und gibt dem Besucher die Möglichkeit, weitere Themen & Seiten zu entdecken.

Was macht eine gute Website aus?

4/4

Checkliste

Die Website sieht mobil auch nutzbar aus. Abstände und Schriftgrößen passen sich an den kleinen Bildschirm an. Buttons und Menüpunkte lassen sich gut antippen.

Inhalte die zusammengehören (zum Beispiel Text + Bild), sind auch mobil als zusammengehörig erkennbar, weil es eine Trennung zum vorherigen / nachfolgenden Inhalt gibt (z.B. durch Hintergrundfarben, Trennlinien, Abstände etc.).

Du

Du guckst dir deine Website ab und zu selbst an und hinterfragst, ob alles noch aktuell und stimmig ist.

Du verbesserst von Zeit zu Zeit Inhalte und Gestaltung oder lässt dich unterstützen.

Du beziehst Feedback von Kunden / Interessenten ein und passt die Website mit der Zeit immer ein bisschen besser an deren Bedürfnisse an.

Wenn deine Selbstständigkeit sich verändert / weiterentwickelt, wird das auch auf der Website sichtbar.

Deine Website ist ein (kompaktes) Abbild deiner realen Selbstständigkeit und nicht nur ein notwendiges Übel, das abseits online herumliegt.

Du hast realistische Ziele für deine Website und es gibt konkrete Maßnahmen auf deiner Website, um diese zu erreichen..

Hier geht's zum Blog-Artikel:

<https://www.gandelheid-design.de/blog/artikel-was-macht-eine-gute-website-aus.html>