

Checkliste: Den richtigen Dienstleister für Website & Sichtbarkeit auswählen

Ich unterscheide hier nicht zwischen Projekten für Webdesign oder SEO, denn in der Praxis scheitern die meisten Projekte genau daran, dass beides getrennt gedacht wird.

Diese Checkliste hilft Ihnen dabei, nicht einfach irgendeinen Webdesigner oder eine SEO-Agentur zu beauftragen, sondern den richtigen Partner für Ihr Ziel zu finden:

Planbare Anfragen über Ihre Website.

DENN ACHTUNG: Hier entsteht meist die größte Enttäuschung für Unternehmer! Sie glauben, Sie bräuchten eine neue Website. Aber keine Firma **BRAUCHT** eine Website, wenn Sie nicht ein echtes Ziel verfolgt.

Inhalt

Checkliste: Den richtigen Dienstleister für Website & Sichtbarkeit auswählen	1
Inhalt.....	1
Teil 1: Habe ich mein Ziel wirklich verstanden?.....	2
Teil 2: Meine Vorbereitung	3
Teil 3: Fragen an den Dienstleister	4
Teil 4: Woran Sie einen guten Dienstleister erkennen.....	6
Teil 5: Typische Warnsignale	6
Teil 6: Die eigentliche Entscheidung.....	7

Teil 1: Weiß ich bereits, was ich brauche?

Bevor Sie mit Dienstleistern sprechen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen, was Ihre eigentlichen Ziele sind:

Vielleicht brauchen Sie gar keine neue Website!

Vielleicht ist SEO in Ihrem Markt gar nicht die richtige Strategie!

Oft hilft es, sich im Vorhinein mit folgenden Fragen zu beschäftigen, ob SEO, Werbung oder eine neue Website für Sie sinnvoll sind:

- Habe ich klar definiert, was meine Website für mein Unternehmen leisten soll (z. B. Anfragen, Sichtbarkeit, Information)?
- Ist mir bewusst, dass eine schöne Website oder ein Logo allein nur selten Kunden bringen?
- Weiß ich schon, wie potenzielle Kunden im Internet aktuell nach meinen Leistungen suchen?

Wenn diese Punkte unklar sind, wird auch die Zusammenarbeit mit einem Dienstleister meist unscharf. Darum sollten Sie die Gelegenheit nutzen, den Dienstleister um Mithilfe bei der Beantwortung dieser Fragen zu bitten.

Teil 2: Meine Vorbereitung

Eine gute Zusammenarbeit beginnt nicht beim Anbieter, sondern **bei Ihnen**.

- Habe ich konkrete Inhalte oder Leistungen definiert, die auf der Website dargestellt werden sollen?
- Kenne ich meine Zielgruppe und deren Erwartungen grob?
- Gibt es bestehende Inhalte (Texte, Bilder, Referenzen), die genutzt werden können?
- Habe ich mir Gedanken gemacht, welche Themen (Blog, Informationen) für meine Kunden relevant sind?
- Habe ich ein grobes Budget und einen Zeitrahmen festgelegt?
- Gibt es Beispiele von Websites, die ich gut oder schlecht finde?

Je klarer diese Punkte sind, desto besser kann ein Dienstleister arbeiten.

Teil 3: Fragen an den Dienstleister

Im Gespräch trennt sich schnell, ob jemand nur verkaufen will oder wirklich versteht, was Sie mit Ihrem Projekt erreichen wollen.

Die folgenden Fragen helfen dabei, dass die für das Projekt wichtigsten Fragen nicht zu kurz kommen.

Während des Gesprächs:

Webdesign & Funktion

- Wie wird sichergestellt, dass die Website nutzerfreundlich und verständlich ist?
- Wird die mobile Nutzung gleichwertig berücksichtigt?
- Gibt es eine klare Seitenstruktur mit Fokus auf Conversion (z. B. Kontaktanfragen)?
- Wie läuft der Designprozess ab (Entwürfe, Korrekturen, Abstimmung)?
- Werden zwingend erforderliche Seiten wie Impressum und Datenschutz bereitgestellt?

SEO & Sichtbarkeit

- Werden SEO-Grundlagen standardmäßig berücksichtigt (Technik, Struktur, Inhalte)?
- Gibt es Unterstützung bei der Planung von Inhalten?
- Wird erklärt, wie meine Website später gefunden werden soll?
- Ist SEO als Prozess – oder als einmalige Leistung gedacht?

Zusammenarbeit & Ablauf

- Wie sieht der typische Projektablauf aus?
- Wer ist mein Ansprechpartner?
- Wie wird kommuniziert (wie regelmäßig, per Mail, Telefon oder Video-Chat)?
- Werden Entscheidungen begründet oder einfach umgesetzt?

Nach dem Gespräch:

Verständnis & Strategie

- Fragt der Anbieter aktiv nach meinem Geschäft, meinen Zielen und meiner Zielgruppe?
- Wird über Sichtbarkeit und Nachfrage gesprochen – oder nur über Design?
- Wird eine Struktur für Inhalte und Themen vorgeschlagen und begründet?

Angebot & Leistungen

- Ist das Angebot klar strukturiert und nachvollziehbar?
- Sind Inhalte (Texte, Bilder) enthalten oder separat?
- Gibt es laufende Betreuung oder endet die Zusammenarbeit nach dem Launch?
- Wie transparent sind Preise und Leistungen dargestellt?

Wenn Sie diese Fragen mit einem guten Gefühl für sich beantworten können, sind Sie einem passenden Dienstleister bereits sehr nah!

Teil 4: Woran Sie einen guten Dienstleister erkennen

Die Qualität zeigt sich nicht in großen Versprechen, sondern im Vorgehen.

- Der Anbieter stellt mehr Fragen, als einfach direkt Standard-Lösungen zu präsentieren
- Es wird über Zusammenhänge gesprochen, nicht nur über einzelne Maßnahmen (Design, Suchmaschinen-Optimierung, KI-Suche, geschaltete Werbung)
- Es gibt klare Aussagen zu Zeit, Aufwand und **realistischen** Ergebnissen
- Auch unbequeme Punkte werden offen angesprochen

Ein guter Dienstleister verkauft keine schnelle Lösung, sondern erklärt den Weg.

Teil 5: Typische Warnsignale

Viele Fehlentscheidungen lassen sich früh erkennen:

- Fokus liegt ausschließlich auf Design („Das sieht dann gut aus“)
- Komplettes SEO wird als Website-Zusatz verkauft
- Es werden garantierte Rankings und schnelle Ergebnisse versprochen, aber nicht vertraglich festgehalten!!!
- Angebote sind sehr günstig, aber inhaltlich unklar
- Es wird wenig nach Ihrem Geschäft oder Ihren eigentlichen Zielen gefragt

In diesen Fällen fehlt meist die strategische Grundlage und der Dienstleister hat eine feste Leistung, die er ungeprüft jedem verkaufen will.

Teil 6: Die eigentliche Entscheidung

Am Ende geht es nicht darum, den „günstigsten“ oder „sympathischsten“ Anbieter zu wählen.

Es geht darum, einen Dienstleister zu finden, der Ihr Ziel versteht und strukturiert darauf hinarbeitet.

- Wird Design und Sichtbarkeit zusammengedacht?
- Gibt es einen klaren Plan?
- Fühlen Sie sich wirklich beraten – oder nur bedient?

Wenn diese Fragen klar beantwortet sind, treffen Sie in der Regel auch die richtige Entscheidung.