

qu^{er}
web

Adventskalender

Tolle inspirierende
Online Advent(s)kalender
Impulse. Warten auf dich...

Schöne
Adventszeit

**LEICHTER
SICHTBAR**

**24 Impulse
für deine Website**

IM ADVENT

Entdecke dein Weg

HAST DU LUST AUF
ÜBERRASCHUNGEN?

#qulerweb @qulerweb
qulerweb.de/adventskalender

Die Themen

01

Die Grundpfeiler deiner Website: Klarheit, Orientierung & Struktur für dein Business.

Für einen Auftritt, der zeigt, wer du bist. Klar in deiner Botschaft – persönlich und authentisch in deiner Sprache. Und sichtbar für die Menschen, die wirklich zu dir passen.

02

Aufbau und Struktur deiner Website: individuelles Layout, klares Menü und eine Nutzerführung.

Für eine Website, die Schritt für Schritt führt. Klar gegliedert, logisch ohne Umwege ist. Damit Besucher auf einen Blick mühelos finden, was sie suchen.

03

Zeige deine Persönlichkeit: Expertise, die überzeugt, Vertrauen stärkt und echte Wiedererkennung schafft.

Mit Inhalten, die deine Sprache sprechen – klar, nahbar und ohne viel Umschreibungen. Mit Texten, die Botschaft tragen, und Blogbeiträgen, die echte Beziehung aufbauen.

04

Mach den Schritt in die Sichtbarkeit: SEO verstehen, Google nutzen und sauber indexiert werden.

Für Online-Marketing, das nicht überfordert – sondern Wirkung zeigt. Mit SEO-Elementen wie Meta-Titel und Ranking-Optimierung, damit Google dich listet.

05

Technik & Relaunch: Stabilität, Pflege und Sicherheit

Für eine Website, die sicher, schnell und verlässlich läuft – jeden Tag. Mit einem Hosting-Partner, der unterstützt, schnell reagiert und dir echten Support bietet.



01



V – VISIBILITÄT

KURZ ERKLÄRT:

Visibilität bedeutet, wie gut du online gefunden, wahrgenommen und verstanden wirst. Sie setzt sich aus SEO-Sichtbarkeit, Markensichtbarkeit und Content-Sichtbarkeit zusammen. Ohne Visibilität bleibt sogar ein gutes Angebot unsichtbar.



3 TIPPS:



Klarer Website-Einstieg: In 5 Sekunden muss sichtbar sein, wer du bist und was du anbietest.



Regelmäßiger Content: Sichtbarkeit entsteht durch Wiederholung, nicht durch Zufall.



Einheitlicher Markenauftritt: Farben, Tonalität, Fotos – alles klar wiedererkennbar.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute – ganz spontan)

AUFGABE:

„Wofür möchte ich online sichtbar sein – und für wen?“

01



V – VISIBILITÄT



IMPULS

„Sichtbarkeit ist kein Zufall – sie ist eine Entscheidung, die du jeden Tag aufs Neue triffst.“

6 Punkte-Checkliste – Visibilität steigern



Starte mit einem starken 5-Sekunden-Eindruck auf deiner Startseite, der sofort überzeugt.



Platziere deinen wichtigsten Satz klar sichtbar im oberen Header-Bereich.



Nutze ein authentisches Bild, das dich zeigt und sofort Vertrauen schafft.



Veröffentliche wöchentlich einen kurzen, wertvollen Content für deine Zielkunden.



Prüfe monatlich deine Google-Sichtbarkeit (Positionen, Keywords).



Sorge für klare Handlungswege – ein sichtbarer Call-to-Action auf jeder Seite.



Frage zur Reflexion:

„Was müsste sich verändern, damit dich deine Wunschkunden finden?“

02



0 – ONLINE-MARKETING

KURZ ERKLÄRT:

Online-Marketing umfasst alle digitalen Kanäle, mit denen du Menschen erreichst – über Website, Social Media oder E-Mails. Ziel ist, Sichtbarkeit, Vertrauen aufbauen und Kunden im Prozess der Entscheid zu begleiten.



3 TIPPS:



- Fokus auf 1-2 Kanäle:** Wähle die Kanäle, die zu dir und deinen Kunden passen. Bleibe sichtbar, ohne zu überfordern.
- Deine Website bleibt das Zentrum:** Social Media erzeugt Aufmerksamkeit – alle Wege führen zu deiner Website.
- Wiederholung schafft Vertrauen:** Sage wichtige Botschaften häufiger – in verschiedenen Formaten. So bleibst du sichtbar.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: Marketing - anderer Sichtweise)

AUFGABE:

„Was würde sich verändern, wenn du es als Beziehungspflege siehst?“



0 - ONLINE-MARKETING



IMPULS

„Marketing beginnt dort, wo der echte Schmerzpunkt liegt. Je klarer du verstehst, was Kunden brauchen, desto leichter gelingt Sichtbarkeit.“

6 Punkte-Checkliste – Online-Marketing starten



Definiere dein Hauptziel für einen Zeitraum: Ein Ziel gibt dir Fokus und verhindert, dass du dich verzettelst. Schreib es auf.



Wähle maximal zwei Kanäle, die du zuverlässig bespielen kannst. Weniger Kanäle bedeuten mehr Klarheit und weniger Stress.



Wiederhole, was funktioniert: Beobachte, welche Inhalte gut ankommen. Es hilft, leichter und gezielter sichtbar zu werden.



Wiederhole deine Kernbotschaft regelmäßig – Wiederholung schafft Vertrauen und stärkt deine Wirkung.



Plane kleine, machbare Schritte: Kurze Impulse und einfacher Rhythmus ist nachhaltiger als Perfektion.



Nutze echte Einblicke aus deinem Alltag: Praxisbeispiele zeigen sofort, wie du arbeitest. Es macht es persönlicher.



Frage zur Reflexion:

Welche meiner Marketing-Aktionen sollte ich regelmäßiger wiederholen, damit sie bei meinen Kunden wirklich ankommt?



N – NAVIGATION

KURZ ERKLÄRT:

Die Navigation umfasst alle Seitenelemente einer Website, die Nutzern helfen, Inhalte zu finden und zwischen Seiten zu wechseln. Sie sorgt dafür, dass Besucher schnell und ohne Umwege ans Ziel gelangen.



3 TIPPS:



Mobile Navigation priorisieren: Daher die Navigation auf kleinen Displays intuitiv erreichbar und eindeutig erstellen.

Navigation verstehen: Je logischer deine Navigation ist, desto leichter für Google – und desto eher steigt dein Ranking.

Mit drei Klicks: Klare Begriffe wie Start – Angebot – Kontakt machen den Weg verständlich und führen durch Struktur.



Schreibe in einem Satz auf:

(3 Minuten - Menüpunkte streichen)

AUFGABE:

„Welche Seite ist nicht entscheidend – welchen Menüpunkt streichen?“



N – NAVIGATION



IMPULS

„Navigation ist Führung: Je klarer deine Begriffe und je kürzer der Weg zur Information, desto besser die Orientierung auf der Website.“

6 Punkte-Checkliste – Navigation als Struktur



Klare Struktur wählen: Gesamte Navigation logisch aufbauen - wenige Oberkategorien mit eindeutig zuordenbaren Unterseiten.



Schnelle Orientierung: Die Struktur muss auf den ersten Blick nachvollziehbar sein. Nutzer mit wenigen Klicks am Ziel.



Logischer Nutzerweg: Ordne Inhalte so an, wie Besucher Informationen suchen - von der Orientierung zum Ergebnis.



Intuitive Nutzung erleichtern: Einfache und logische Navigation bringt Zufriedenheit, potenzielle Kunden und Anfragen.



Einheitliche Navigation: Orientierung über Kopf- und Fußbereich. Das Logo führt immer zur Startseite.



Mobil zuerst denken: Die Navigation muss auf Smartphones funktionieren - damit Nutzer mobil zielsicher navigieren.



Frage zur Reflexion:

Wenn ich meine Navigation als Baumstruktur darstelle – findet meine Kundin in unter 10 Sekunden, was sie sucht?



D – DOMAIN

KURZ ERKLÄRT:

Eine Domain ist die Adresse deiner Website – dein fester Platz im Netz. Sie beeinflusst, wie professionell du wirkst und wie gut man dich findet. Kurz und knapp bleibt sie im Kopf und deine E-Mail-Adresse einprägsam.



3 TIPPS:



Kurz + einprägsam: Domainnamen wählen, der leicht zu tippen und zu merken ist. Je kürzer, desto besser bleibt er im Kopf.

Recherchiere mit Tools: Nutze Domain-Generatoren und Prüf-tools, um Ideen zu sammeln, Verfügbarkeit zu checken.

Klare Keywords: Relevante Keywords in der Domain helfen bei SEO und machen dein Angebot sofort verständlich.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute Domainvarianten aus dem Kopf)

AUFGABE:

„Welche Domain bleibt deinem Kunden im Kopf – wie ein Ohrwurm?“



D – DOMAIN



IMPULS

„Eine Domain ist der eindeutige Name deiner Website. Je klarer sie formuliert ist, desto leichter finden Suchmaschinen sie.“

6 Punkte-Checkliste – Domain meine Marke



Verfügbarkeit & rechtliche Sicherheit prüfen:

Markenrecherche, Domain-Verfügbarkeit kontrollieren.



Klar verständliche Schreibweise wählen: Kurze, eindeutige Wörter ohne Sonderzeichen und alternativ keine Umlaute.



Markenbezug herstellen: Sollte deinen Firmennamen, dein Angebot oder deine Marke eindeutig erkennbar abbilden.



Passende Top-Level-Domain (TLD) auswählen:

Für Deutschland .de; für internationale Ausrichtung z. B. com.



Technische Grundlagen: SSL-Zertifikat aktivieren, DNS korrekt einrichten, Domain auf HTTPS weiterleiten.



Wiedererkennung auf allen Kanälen: Einheitlich nutzen für E-Mail-Adressen, Webadressen und Social-Media-Profilen.



Frage zur Reflexion:

Ist deine Domain so eindeutig und verständlich, dass neue Kunden sofort erkennen, was hinter deinem Angebot steckt?



E – ELEVATOR-PITCH

KURZ ERKLÄRT:

Ein Elevator-Pitch ist eine kurze, klare Vorstellung deines Angebots in 30 Sekunden bis 2 Minuten.

Er beantwortet: Wer bist du? Wem hilfst du? Wobei? Welches Ergebnis entsteht?



3 TIPPS:



Ein Satz, klare Botschaft: Mein Name ist [Name], [Beruf] bei [Firma]. Freut mich, Sie kennenzulernen!



Problem klar nennen: Ich kenne Ihre Situation. Bei [Firma] spielt [Problem] vermutlich eine große Rolle.



Ergebnis betonen: Mit [Lösung] konnten wir genau dieses Problem bereits bei mehreren Kunden lösen.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute – ganz spontan)

AUFGABE:

„Was wäre, wenn genau der Satz heute die richtige Person erreicht?“



E – ELEVATOR-PITCH



IMPULS

„Wenn du kurz erklären kannst, was du beruflich machst, entsteht sofort Klarheit – für dich und andere.“

6 Punkte-Checkliste – Dein klarer Elevator Pitch



Zielgruppe benennen: Sag genau, für wen du da bist – nicht „alle“, sondern die eine Gruppe, die du unterstützt.



Problem aussprechen: Nenne das Thema, das deinen Kunden wirklich unter den Nägeln brennt – kurz, klar und alltagsnah.



Lösung in einem Satz formulieren: Erkläre verständlich, wie du hilfst – benenne die Vorteile ohne Fachbegriffe.



Ein Ergebnis nennen: Was verändert sich nach der Zusammenarbeit? Welcher Erfolg steht? Welcher Nutzen?



Persönlichen Ton wählen: Sprich so, wie du einem Menschen gegenüberstehst – warm, freundlich, klar, ohne Druck.



30-Sekunden-Test: Lies deinen Satz laut – wenn du flüssig durchkommst, passt er.



Frage zur Reflexion:

„Welche Variante deines Elevator-Pitches klingt am meisten nach dir – und warum?“



R – RESPONSIVE DESIGN

KURZ ERKLÄRT:

Deine Website passt sich automatisch an jedes Gerät an – Smartphone, Tablet oder Desktop. Texte, Bilder, Texte und Navigation ordnen sich so, dass alles gut lesbar und nutzbar bleibt.



3 TIPPS:



Mobil zuerst testen: Dein Smartphone zeigt dir am ehrlichsten, ob Abstände, Buttons und Texte funktionieren.

Flexible Bilder & Texte nutzen: Inhalte sollten sich automatisch skalieren und keinen festen Pixelwert brauchen.

Buttons gut erreichbar platzieren: Große, klar beschriftete Buttons erleichtern die Nutzung – auch mit dem Daumen.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: Elemente sichtbar)

AUFGABE:

„Öffne deine Website am Handy – welche Dinge sind nicht sichtbar?“



R – RESPONSIVE DESIGN



IMPULS

„Mobile Nutzung ist Standard – überzeugt deine Website mobil.“

6 Punkte-Checkliste – Responsive Design optimieren



Mobile Darstellung prüfen: Beginne immer auf dem Smartphone. Hier entstehen die meisten Nutzungsfehler.



Große klickbare Buttons einsetzen: Buttons brauchen richtige Größe. Kleine Elemente frustrieren und führen zum Absprung.



Texte für kleine Displays optimieren: Kurze Absätze, klare Überschriften und gute Zeilenabstände erhöhen die Lesbarkeit.



Bilder flexibel skalieren: Verwende Bilder, die automatisch kleiner oder größer werden, ohne abgeschnitten zu wirken.



Navigation strukturieren: Ein kompaktes, gut strukturiertes Mobil-Menü erleichtert die Orientierung, vereinfacht Nutzung.



Teste auf realen Geräten: Prüfe echte Situationen der Nutzung des Layouts auf verschiedenen Smartphones.



Frage zur Reflexion:

„Wie gut funktioniert die Website auf allen realen Geräten?“



I – IDEE -INHALT

KURZ ERKLÄRT:

Der Inhalt bilden das Fundament deiner Website: Texte, Bilder, Videos, Grafiken. Guter Content beantwortet Fragen, löst Probleme und schafft Vertrauen. Er ist der größte Faktor für Sichtbarkeit.



3 TIPPS:



Starte mit der Kernidee: Eine klare Botschaft macht es leichter, Texte strukturiert zu schreiben.

Schreibe Inhalt die Frage deiner Kunden löst: Je näher am Alltag, desto schneller entsteht Resonanz.

Weniger Fachchinesisch: Inhalte sind verständlicher, wenn sie einfach formuliert und verständlich erläutert werden.



Schreibe in einem Satz auf:

(15 Minuten: Ideen formulieren)

AUFGABE:

„Welche eine Kernidee möchtest du heute klarer formulieren?“



I – IDEE – INHALT



IMPULS

„Beginnt dein Inhalt mit einer Idee – und es verändert die Resonanz.“

6 Punkte-Checkliste – Inhalt schärfen



Starte überzeugend: Die wichtigste Aussage der Seite in einem Satz. Je klarer der Einstieg, desto überzeugter ist dein Kunde.



Kenne die Fragen deiner Zielkunden: Welches Problem soll gelöst werden? Schreibe für genau diese Kunden nicht für „alle“.



Inhalte strukturieren: Nutze treffende Überschriften, kurze Absätze und logische Reihenfolge. So bleibt alles verständlich.



Beispiele einbinden: Konkrete Beispiele sind greifbarer als theoretische Beschreibungen. Deine Arbeit ist nachvollziehbar.



Auf den Punkt bringen: Vermeide Füllwörter und komplizierte Verschachtelungen. Kurze und klare Sätze wirken professionell.



Call-to-Action setzen: Jede starke Botschaft endet mit der Frage, was dein Kunde als Nächstes tun soll.



Frage zur Reflexion:

„Welche der Inhalte sollten aus Kundensicht überarbeitet werden?“

08



D – DESIGN

KURZ ERKLÄRT:

Design umfasst Farben, Typografie, Abstände, Bilder und Layout – alles, was die Wirkung deiner Website bestimmt. Gutes Design entscheidet, wie vertrauenswürdig und professionell dein Auftritt wirkt. Es muss nicht perfekt sein, aber bewusst gewählt.



3 TIPPS:



Weniger ist mehr: Nutze wenige Farben, klare Schriften und ausreichend Weißraum. Das wirkt modern und professionell.

Kontraste beachten: Starke Kontraste verbessern Lesbarkeit und Zugänglichkeit – besonders auf mobilen Geräten.

Einheitlicher Stil: Gestalte Überschriften, Bildsprache und Button immer gleich – Wiedererkennung stärkt Vertrauen.



Schreibe in einem Satz auf:

(15 Minuten: Ideen umsetzen)

AUFGABE:

„Welches Element wirkt unruhig – und was kannst du vereinfachen?“



D – DESIGN



IMPULS

„Gutes Design setzt deine Botschaft sichtbar um – macht dich zur Marke.“

6 Punkte-Checkliste – Design verbessern



Farbe bewusst einsetzen: Nutze eine primäre Markenfarbe und eine Akzentfarbe. Zu viele Farbtöne wirken unruhig.



Kontraste testen: Schriften müssen auf jedem Hintergrund klar lesbar sein. Prüfe deine Farbkombinationen - **Kontrast-Check**.



Einheitliche Schriften verwenden: Maximal drei Schriftarten – zwei für Überschriften, eine für Fließtexte. Das bringt Ruhe.



Weißraum aktiv gestalten: Abstände schaffen Struktur. Zu wenig Abstand erzeugt Stress, zu viel Abstand wirkt leer.



Bild- und Textbalance ausgleichen: Achte darauf, dass Bilder und Texte sich gegenseitig unterstützen. Zu viel Text ermüdet.



Fokus auf mobile Darstellung: Design muss auf allen Displays funktionieren. Prüfe die Darstellung der Elemente mobil.



Frage zur Reflexion:

„Wirkt mein Design durchdacht – lenken einzelne Elemente noch ab?“



E – ERREICHBARKEIT

KURZ ERKLÄRT:

Erreichbarkeit bedeutet, wie leicht Menschen dich kontaktieren können – per Mail, Telefon, Formular auf der Website oder Social Media. Je einfacher und sichtbarer der Kontaktweg, desto mehr Anfragen und Vertrauen. Erreichbar wirkt professionell und sicher.



3 TIPPS:



Kontakt sichtbar platzieren: Der Kontakt-Button gehört in den Header, in die Menüleiste und an das Ende jeder Seite.

Mehrere Wege anbieten: E-Mail, Formular und ein klarer Hinweis auf Kontaktzeiten erleichtern den Erstkontakt.

Schnelle Reaktionszeit kommunizieren: Eine kurze Info wie „Antwort innerhalb von 24 Stunden“ gibt Sicherheit.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute - Kontakt sichtbar)

AUFGABE:

„Ist deine wichtigste Kontaktmöglichkeit ohne Scrollen sichtbar?“



E – ERREICHBARKEIT



IMPULS

„Erreichbarkeit schafft Vertrauen – kurze Wege bringen eher Anfragen.“

6 Punkte-Checkliste – Erreichbarkeit verbessern



Kontakt sichtbar platzieren: Der Button für Kontakt gehört in den Header. Besucher sollten ihn ohne Suchen finden.



Klaren Kontaktbereich erstellen: Alle Informationen für den Kontakt übersichtlich platzieren. Ein Formular schafft Transparenz.



Mobil gut erreichbar: Für Anfragen sollte der Kontakt-Button groß, gut klickbar und sofort sichtbar sein.



Formulare einfach halten: Nur die wichtigsten Felder abfragen: Name, E-Mail, Nachricht. Zu viele Felder schrecken ab.



Rückmeldung automatisieren: Eine automatische Bestätigung zeigt: „Deine Nachricht ist angekommen.“



Kontaktwege testen: Funktionieren Formulare, Links korrekt und Mails kommen an. Technische Fehler kosten Zeit.



Frage zur Reflexion:

„Wie kann ein Kunde schnell Kontakt aufnehmen – ohne zu suchen?“



E – EXPERTISE

KURZ ERKLÄRT:

Expertise entsteht durch Erfahrung, klare Prozesse und Ergebnisse, die du wiederholt liefern kannst. Wenn du das sichtbar machst, wächst Vertrauen – weil Menschen sofort erkennen, dass sie bei dir richtig sind.



3 TIPPS:



Zeige Ergebnisse: Vorher-nachher-Vergleiche oder kurze Erfolgsgeschichten wirken stärker als abstrakte Aussagen.

Arbeite mit Prozessen: Beschreibe, wie du vorgehst, was du nutzt und deinen Arbeitsablauf – Struktur schafft Vertrauen.

Nutze Kundenfragen: Beantworte typische Fragen öffentlich – z. B. im Blog oder FAQ – und zeige damit deine Kompetenz.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: Lösung aufschreiben)

AUFGABE:

„Notiere ein Beispiel aus deiner Praxis, wie du Probleme gelöst hast?“



E – EXPERTISE



IMPULS

„Expertise entsteht nicht durch Worte, sondern durch Ergebnisse, die echte Lösungen bringen und sichtbar werden.“

6 Punkte-Checkliste – Expertise zeigen



Zeige Beispiele deiner Arbeit: Konkrete Einblicke zeigen, wie du arbeitest und deine Leidenschaft für das, was du tust.



Beschreibe deinen Prozess Schritt für Schritt: Ein klarer Ablauf vermittelt Sicherheit. Struktur zeigt, dass du weißt, was du machst.



Verwende einfache Sprache: Komplizierte Formulierungen wirken nicht professionell, sondern distanziert. Verständlichkeit stärkt.



Sammle wiederkehrende Fragen deiner Kunden: Wenn du häufig dieselben Themen erklärst, z. B. in Blogartikeln.



Zeige deine Weiterentwicklung: Aktuelle Projekte, neue Erkenntnisse oder kurze Lernimpulse sichtbar zeigen.



Halte dein Wissen aktuell: Regelmäßige Weiterbildung und aktuelle Inhalte darüber stärken deine Glaubwürdigkeit.



Frage zur Reflexion:

„Woran erkennt jemand, dass ich meine Arbeit wirklich gut kann?“



B – BILDER

KURZ ERKLÄRT:

Gute Bilder prägen den ersten Eindruck der Website – oft schneller als Worte. Bilder vermitteln Persönlichkeit und passen zur Botschaft deiner Seite. Sie entscheiden mit, ob Besucher bleiben.



3 TIPPS:



Echte Bilder bevorzugen: Authentische Fotos wirken vertrauensvoller als generische Stockbilder.

Ruhige Motive wählen: Klare Hintergründe und ruhige Farben lenken nicht vom Inhalt ab.

Gleichen Stil nutzen: Einheitliche Bildsprache schafft Wiedererkennung und stärkt deine Marke.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute - Bilder passen)

AUFGABE:

„Zeigt die Auswahl der Bilder, wer du bist und was du anbietest?“



B – BILDER



IMPULS

„Bilder sprechen sofort – wähle die, die deine Botschaft klarer machen.“

6 Punkte-Checkliste – Bilder verbessern



Einheitliche Bildsprache festlegen: Lege fest, welche Farben, Perspektiven und Motive zu dir passen.



Bilder in hoher Qualität nutzen: Unscharfe oder schlecht belichtete Bilder mindern deinen Auftritt. Scharfe, gut bearbeitete überzeugen.



Zu jedem Bild einen passenden Alt-Text anlegen: Beschreiben den Inhalt für Suchmaschinen und Screenreader. SEO sicher.



Bilder für schnelle Ladezeiten optimieren: Komprimiere Bilder, bevor du sie hochlädst. Das verbessert die Ladezeiten.



Bilder logisch positionieren: Setze Bilder dort ein, wo sie Inhalte hervorheben und unterstützen – nicht nur Lücken füllen.



Persönliche Bilder für Vertrauen: Menschen reagieren auf Gesichter. Ein freundliches, authentisches Bild schafft Nähe.



Frage zur Reflexion:

„Transportieren die Bilder deine Persönlichkeit – oder was erzählen sie?“



I – INDEXIERUNG

KURZ ERKLÄRT:

Indexierung bedeutet, dass Suchmaschinen deine Seiten erfassen, lesen und in ihren Suchindex aufnehmen. Nur Seiten, die indexiert sind, können in den Suchergebnissen erscheinen. Ohne korrekte Indexierung bleibt eine Website unsichtbar.



3 TIPPS:



Seiten für Suchmaschinen freigeben: Prüfe, ob wichtige Seiten versehentlich blockiert und auf „noindex“ stehen.

Sitemap einreichen: Lade deine Sitemap in der Google Search Console hoch – sie hilft Google, jede Seite zu finden.

Saubere Seitenstruktur: Klare URLs, sinnvolle Titel und Verlinkungen erleichtern Google das Erfassen deiner Inhalte.

Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute - Seiten indexiert)

AUFGABE:

„Welche deiner Seiten sind indexiert – und welche fehlen noch?“



I – INDEXIERUNG



IMPULS

„Nur was Google findet, kann sichtbar werden – prüfe regelmäßig deine Indexierung.“

6 Punkte-Checkliste – Indexierung optimieren



Sitemap in der Search Console einreichen: Aktuelle Sitemap zeigt Google die Struktur deiner Website (<https://deinedomain.de/sitemap.xml>).



Keine Seite auf „noindex“ setzen: Prüfe in deinem CMS, ob wichtige Seiten ausgeschlossen wurden (`<meta name="robots" content="noindex">`).



Interne Verlinkung nutzen: Verlinke passende Seiten miteinander, das erleichtert Google das Auffinden deiner Inhalte.



Duplicate Content vermeiden: Doppelte Inhalte können dazu führen, dass die **Indexierung** verzögert oder **abgelehnt** wird.



Ladezeit verbessern: Schnelle Seiten werden häufiger gecrawlt – optimiere Bilder, Cache und Hosting Punkten bei Indexierung.



Veraltete Inhalte überarbeiten: Aktualisiere regelmäßig die Seiten uninteressante Inhalt werden oft nicht indexiert.



Frage zur Reflexion:

„Welche meiner Seiten ist wichtig – aber noch nicht bei Google sichtbar?“



S – SEO (SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG)

KURZ ERKLÄRT:

SEO umfasst alle Maßnahmen, die deine Website für Suchmaschinen sichtbar machen. Dazu gehören technische Faktoren, Inhalte, Keywords, Seitenstruktur und Ladezeiten. Damit deine Wunschkunden dich über Google, auch ohne viel Werbung finden.



3 TIPPS:



Nutze Keywords: Wähle Begriffe, die deine Zielkunden verwendet, und platziere sie in Überschriften und Inhalten.

Struktur zählt: Überschriften (H1–H4) richtig abschnittsweise strukturiert und sinnvolle Verlinkungen unterstützen SEO.

Bilder für SEO optimieren: Verwende sinnvolle Keywords auch in Dateinamen und Alt-Texten. So korrekte Zuordnung.

Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten - Inhalt und Keywords prüfen)

AUFGABE:

„Welcher Seite fehlen die perfekten Keywords für deine Zielgruppe?“



S – SEO (SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG)



IMPULS

„Verändere deinen Text: Nutze kurze, klare Sätze, eine saubere Struktur und Keywords, die vom Thema her dazu passen.“

6 Punkte-Checkliste – SEO optimieren



Content erstellen: Schreibe Inhalte, die echte Fragen deiner Zielkunden lösen. Aktualisiere regelmäßig die Inhalte.



Klare Struktur bei Überschriften: Nutze eine logische H1-H4-Struktur, kurze Sätze und übersichtliche Abschnitte.



Keyword gezielt wählen und einbauen: Verwenden Sie relevante Keywords schon in der URL, in Titeln, Überschriften und im Text.



Meta-Daten: Optimierte Title-Tags und Meta-Beschreibungen für jedes Dokument. Der Title beinhaltet das Hauptkeyword.



Interne und externe Verlinkung: Verlinke auf relevante interne Seiten und verweise auf externe vertrauenswürdige Quellen.



Website regelmäßig analysieren: Nutze Google Search Console und Analytics, um Suchanfragen und Nutzerverhalten zu prüfen.



Frage zur Reflexion:

„Welche Seite ist nach Prüfung noch nicht gut für SEO optimiert?“



Z – ZIELGRUPPE

KURZ ERKLÄRT:

Deine Zielgruppe sind die Menschen, denen du am besten helfen kannst – mit deiner Erfahrung, deiner Art und deinem Angebot. Je klarer du weißt, wer sie sind und was sie wirklich brauchen, desto leichter wird es, verständliche Texte zu schreiben.



3 TIPPS:



Schreibe für eine Person – nicht für alle: Stell dir einen echten Kunden vor, wenn du textest.



Sprich ihre Sprache: Nutze Worte, die sie selbst verwenden – das schafft Nähe.



Konzentriere dich auf ein Hauptproblem: Klarheit entsteht, wenn du dich auf das Wichtigste fokussierst.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: alltagstauglich)

AUFGABE:

„Was würde deine Wunschkundin über ihr Problem sagen?“



Z – ZIELGRUPPE



IMPULS

„Je klarer du weißt, für wen du da bist, desto deutlicher wirst du wahrgenommen.“

6 Punkte-Checkliste – Zielgruppe schärfen



Analysiere bewusst: Notiere, mit welchen Menschen die Zusammenarbeit leicht, klar und erfolgreich war.



Erkenne Muster: Achte auf wiederkehrende Themen, Lebenssituationen, Herausforderungen oder Werte.



Definiere ein Hauptproblem zur Lösung: Wähle eine zentrale Herausforderung und formuliere sie in einfachen Worten um.



Sammele echte Kundenprobleme: Notiere Sätze aus E-Mails, Gesprächen, Kommentaren oder Fragebögen.



Prüfe: Passt das Angebot wirklich zu diesem Menschen? Wird meine Unterstützung als echte Erleichterung empfunden?



Richte deine Texte an diesen Erkenntnissen aus – klar und so formuliert, dass sich deine Kunden gesehen fühlen.



Frage zur Reflexion:

„Mit welchem Menschentyp fühlt sich die Zusammenarbeit für mich am leichtesten an – und warum?“

15



U – URL – WEBADRESSE

KURZ ERKLÄRT:

Eine URL ist die Webadresse einer Seite, z. B. `www.deineseite.de/angebot`. Sie sollte klar lesbar sein und sofort zeigen, worum es auf der Seite geht. Nutzer finden die URL in der Browserzeile und in den Suchergebnissen.



3 TIPPS:



Kurz und eindeutig halten: Wähle URLs, die leicht zu lesen sind. Je klarer formuliert, desto besser für die Suche.

Keine Sonderzeichen oder Umlaute: Verzichte auf Umlaute, Leerzeichen und Sonderzeichen. Nutze klare Wortwahl.

Relevante Keywords integrieren: Verwende Begriffe, die den Inhalt der Seite treffend für die Auffindbarkeit beschreiben.



Schreibe in einem Satz auf:

(1 Minute - richtige Adresse finden.)

AUFGABE:

„Würde man schon bei der URL verstehen, worum es auf der Seite geht?“



U – URL – WEBADRESSE



IMPULS

„Je eindeutiger deine Webadresse, desto leichter und schneller werden die passenden Informationen bereitgestellt und gelangen zum Nutzer.“

6 Punkte-Checkliste – URL optimieren



URL kurz und eindeutig: Nutze klare, verständliche Wörter und verzichte auf unnötige Füllwörter. Je kürzer, desto besser.



Keine Sonderzeichen oder Umlaute: Könnte zu technischen Problemen führen können. Kurze eindeutige Begriffe finden.



Relevante Keywords: Begriffe beschreiben treffend den Inhalt der Seite. Das erleichtert die Orientierung bei der Suche.



Einheitliche Struktur: Wiederkehrendes Muster einhalten, z. B. domain.de/angebot/thema. Garantiert die Auffindbarkeit.



Klare Begriffe formulieren: Die URL sollte in wenigen Sekunden erkennen lassen, worum es auf der Seite geht.



URL-Länge beachten: Halte deine URL so kurz wie möglich. Zu lange URL werden in Suchergebnissen oft abgeschnitten.



Frage zur Reflexion:

„Welche URL sollte klarer, verständlicher oder kürzer formuliert werden?“



M – META-TAGS

KURZ ERKLÄRT:

Meta-Tags liefern Suchmaschinen Informationen über deine Seite – z. B. Titel, Beschreibung oder wie eine Seite indexiert werden soll. Sie sind im Quellcode sichtbar. Gut gepflegte Meta-Tags verbessern Klickrate, Sichtbarkeit und Verständnis über deine Inhalte.



3 TIPPS:



Klares Hauptkeyword nutzen: Platziere dein wichtigstes Keyword im Meta-Titel – am besten am Anfang.

Nutzer ansprechen: Schreibe Meta-Beschreibungen so, dass sie neugierig machen und den Nutzen klar zeigen.

Markenname gezielt einsetzen: Füge deinen Markennamen hinzu. Das stärkt Wiedererkennung und Professionalität.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten - Meta-Tags finden)

AUFGABE:

„Spiegeln Meta-Tags das wider, was der Inhalt verspricht?“



M – META-TAGS



IMPULS

„Je eindeutiger deine Webadresse, desto leichter und schneller werden die passenden Informationen bereitgestellt und gelangen zum Nutzer.“

6 Punkte-Checkliste – Meta-Tags optimieren



Ein Hauptkeyword definieren: Wichtigstes Keyword formuliere im Meta-Titel. Das stärkt Relevanz und Klickrate.



Meta-Titel soll ansprechen: Im Meta-Titel präzise beschreiben, worum es geht. Je klarer der Nutzen, desto stärker die Wirkung.



Meta-Beschreibung nutzenorientiert: Die Beschreibung sollte verständlich kurz erklären, was Besucher auf der Seite erwartet.



Richtige Länge einhalten: Google kürzt bei Zeichenlänge über 60 Zeichen bei Titel und Beschreibung ab 155 Zeichen.



Jede Seite individuell: Verzichte auf Duplikate. Jede Seite braucht einen eigenen Meta-Titel und eine eigene Beschreibung.



Nicht übertreiben: Überladene Meta-Tags mit Keywords werden von Google negativ bewertet.



Frage zur Reflexion:

Welche Meta-Tags im Quellcode sind für Google nicht relevant?



R – RANKING

KURZ ERKLÄRT:

Ranking beschreibt die Position deiner Website in den Google-Suchergebnissen. Je besser deine relevanten Inhalte, desto sichtbarer wirst du für Menschen, die genau nach deinem Angebot suchen.



3 TIPPS:



Nutze klare Inhalte: Google versteht relevante, aussagekräftige und gut strukturierte Texte schneller.

Optimiere deine Seiten regelmäßig: Kleine Aktualisierungen zeigen Google, dass deine Website gepflegt ist.

Achte auf mobile Darstellung: Gute Rankings entstehen oft zuerst auf dem Handy.



Schreibe in einem Satz auf:

(10 Minuten - Ranking verbessern)

AUFGABE:

Was könntest du heute aktualisieren, um es verständlicher zu machen?



R – RANKING



IMPULS

„Dein Ranking steigt, wenn dein Inhalt klar beantwortet, wonach Menschen wirklich suchen – einfach, hilfreich und ohne Ablenkung.“

6 Punkte-Checkliste – Ranking verbessern



Starte mit einer klaren Hauptüberschrift: Sie zeigt Google und Besuchern, worum es geht. Kurze, eindeutige Begriffe helfen.



Nutze ein Haupt-Keyword pro Seite: Verwende es in Titel, Überschrift, erstem Absatz und Beschriftungen.



Optimiere deine Meta-Beschreibung: Sie ist dein Mini-Werbetext in der Google-Vorschau und steigert Klicks.



Sorge für schnelle Ladezeiten: Komprimierte Bilder und ein gutes Hosting wirken direkt auf dein Ranking.



Verlinke intern logisch: Verbinde passende Seiten miteinander, damit Google die Struktur versteht.



Halte deine Inhalte interessant: Aktualisiere wichtige Seiten alle paar Monate – kleine Anpassungen reichen aus.



Frage zur Reflexion:

Welche Seite deiner Website verdient ein kleines Ranking-Upgrade?

18



E-MAIL-MARKETING

KURZ ERKLÄRT:

E-Mail-Marketing bedeutet, regelmäßig hilfreiche Inhalte direkt per E-Mail zu schicken. Es stärkt Vertrauen, baut Beziehung auf und führt Interessen Schritt für Schritt zu Kunden.



3 TIPPS:



Starte einfach: Eine kurze E-Mail als Einstieg - Willkommen und ein klarer Nutzen reichen für den Anfang.

Schreibe persönlich: Entwickle deinen Stil, der gut bei deinen Kunden ankommt. Menschen lesen Menschen – kein Marketing

Biete echte Hilfe an: Jede Mail soll eine Frage beantworten oder ein kleines Problem lösen.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten - E-Mails-News anfordern)

AUFGABE:

„Warum sollte sich jemand unbedingt für deine E-Mails anmelden?“



E-MAIL-MARKETING



IMPULS

„Mit jeder guten E-Mail wächst die Verbindung zu deinen Wunschkunden – interessant, lösungsorientiert und wirkungsvoll.“

6 Punkte-Checkliste – Erfolgreiches E-Mail-Marketing



Klares Ziel pro E-Mail: Entscheide, was die Mail bewirken soll – informieren, inspirieren oder weiterführen.



Eine Kernaussage: Halte den Inhalt kurz, damit Leser schnell verstehen, worum es geht.



Betreffzeile kurzgefasst: Keine großen Worte – nur ein klarer Hinweis, was zu erwarten ist.



Ein sichtbarer Call-to-Action: Ein Button oder ein Link, der zum nächsten Schritt einlädt.



Mobile Lesbarkeit: Kurze Absätze, klare Struktur und einfache verständliche Wortwahl.



Regelmäßige Wiederholungen: Wöchentlich oder zweiwöchentlich reicht – Hauptsache verlässlich.



Frage zur Reflexion:

Welche Frage könntest du in deiner nächsten E-Mail schon beantworten?



L – LAYOUT

KURZ ERKLÄRT:

Das Layout ist die visuelle Anordnung aller Elemente deiner Website – Texte, Bilder, Abstände, Farben und Struktur. Es führt Besucher intuitiv und verbessert sowohl Nutzerfreundlichkeit als auch Sichtbarkeit.



3 TIPPS:



Weißraum nutzen: Klare Abstände schaffen Ruhe, Struktur und bessere Lesbarkeit.

Blickführung beachten: Wichtige Inhalte gehören nach links oben – dort entscheidet sich, ob jemand bleibt.

Wiederkehrende Elemente: Gleicher Stile bei Button und Überschriften, gleiche Abstände → einheitliches Gesamtbild.



Schreibe in einem Satz auf:

(10 Minuten - Elemente der Website prüfen)

AUFGABE:

„Welches Element deiner Startseite wirkt unruhig oder überladen?“



L – LAYOUT



IMPULS

„Ein gutes Layout spricht an – und überzeugt, weil Inhalte sofort erkennbar und leicht erfassbar sind.“

6 Punkte-Checkliste – Layout optimieren



Abstände konsequent einsetzen: Gleiche Abstände zwischen Texten, Bildern und Abschnitten schaffen Ordnung.



Feste Schriftgrößen und Hierarchien (H1-H4) nutzen: Besserer Lesefluß mit wiederkehrenden Größen bei Überschriften.



Inhalte visuell gruppieren: Elemente, die inhaltlich und optisch zusammengehören – unterstützen die Blickführung.



Wichtige Inhalte nach oben links: Kernaussage entscheiden oft innerhalb von Sekunden, ob Besucher bleiben.



Farben gezielt nutzen: Primärfarbe für wichtige Elemente, Sekundärfarbe für Akzente. Zu viele Farben wirken überladen.



Mobile Version separat testen: Das schönste Desktop-Layout hilft wenig, wenn mobil alles verrutscht.



Frage zur Reflexion:

Wirkt dein Layout klar und ruhig – oder lenken einzelne Elemente ab?

20



A – ALT-TEXT

KURZ ERKLÄRT:

Ein Alt-Text beschreibt den Inhalt eines Bildes in kurzen Worten – für Screenreader, Suchmaschinen und im Fall, wenn es nicht geladen wird. Gut geschriebene Alt-Texte verbessern Zugänglichkeit als auch SEO.



3 TIPPS:



Bild präzise beschreiben: Kurz in wenigen Worten beschreiben, was auf dem Bild zu sehen ist.

Relevantes Keyword einbauen: Wenn es sinnvoll passt, integriere Keywords – ohne zu überladen.

Kontext beachten: Der Alt-Text sollte immer zur Aussage des Bildes passen – und den Inhalt der Seite sinnvoll ergänzen.“

Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: Alt-Text zum Bild)

AUFGABE:

„Welche Bilder sind zu prüfen für einen aussagekräftigen Alt-Text?“



A – ALT-TEXT



IMPULS

Gute Alt-Texte machen deine Inhalte verständlich – für deine Kunden, Screenreader und Suchmaschinen.

6 Punkte-Checkliste – Alt-Texte richtig nutzen



Beschreibend statt bewertend: Sage, was zu sehen ist. Das sorgt für Klarheit und Transparenz.



Kein „Bild von ...“ nötig: Screenreader erkennen Bilder automatisch. Beschreibe direkt Den Bildinhalt.



Kurz, aber aussagekräftig: In der Regel reichen 80–120 Zeichen völlig aus.



Funktion beachten: Buttons oder Verlinkungen brauchen einen Alt-Text, der die Aktion beschreibt.



Sinnvolle Beschreibungen: Alt-Text für Screenreader sinnvoll verständlich schreiben.



SEO sinnvoll nutzen: Wenn es passt, kann ein relevantes Keyword integriert werden.



Frage zur Reflexion:

„Welche Alt-Texte deiner Website sollten für Screenreader optimiert sein?“



U – USABILITY

KURZ ERKLÄRT:

Usability beschreibt, wie einfach und effektiv eine Website für Nutzer zu bedienen ist. Je klarer die Führung und je verständlicher die Inhalte, desto schneller finden Menschen, was sie brauchen.



3 TIPPS:



Weniger klicken, schneller finden: Mit max. drei Klicks zur Information. Kurze Wege steigern die Zufriedenheit.

Klar benannte Buttons: „Kontakt aufrufen“, „Angebot ansehen“ oder „Termin buchen“ sind leicht verständlich

Einheitliche Gestaltung: Immer wiederkehrende Farben, Abstände und Schriften schaffen ein Gefühl von Sicherheit.



Schreibe in einem Satz auf:

(3 Sekunden: Info finden)

AUFGABE:

„Findest du in wenigen Sekunden die drei wichtigsten Informationen?“



U – USABILITY



IMPULS

Gute Usability fühlt sich nicht nach Technik an – sie führt deine Besucher schnell, aber zuverlässig durch deine Website.

6 Punkte-Checkliste – Usability verbessern



Klare Startseite: Besucher müssen sofort erkennen, wer du bist und was du anbietest. Kurze aussagekräftige Sätze reichen.



Einfache Navigation: Übersichtlich gestaltet und maximal fünf bis sieben Hauptpunkte umfassen, die logisch strukturiert sind.



Lesbare Texte: Zeichnen sich durch kurze Absätze, prägnante Wortwahl sowie eine übersichtliche Gestaltung aus.



Sichtbare Kontaktmöglichkeiten: Telefonnummer, E-Mail oder Buchungslink mit einem Blick gut für das Auge erkennbar.



Mobile Optimierung: Stelle sicher, dass die Buttons groß genug sind für den Daumen und die Texte gut lesbar bleiben.



Konstante Gestaltung: Wiederkehrende Elemente bieten Orientierung und fördern das Vertrauen zum Besucher.



Frage zur Reflexion:

„Wo verliert ein Besucher auf der Website als Erstes die Orientierung?“



N – NEWSLETTER

KURZ ERKLÄRT:

Ein Newsletter ist eine regelmäßige E-Mail, die dir hilfreiche Inhalte, Tipps oder Angebote bringt. Er sorgt für Kontakt und hält die Verbindung zu deinen Kunden und zeigt, wie du arbeitest und wofür du stehst.



3 TIPPS:



Persönlich schreiben: Menschen möchten erfahren, wie man denkt – keine pauschalen Marketingfloskeln.

Eine Mail, ein Thema: Der Text sollte klar rüberkommen, leicht zu lesen sein und auf unnötigen Fremdwörter verzichten.

Übersichtliche Struktur: Setzt auf kurze und klare Worte, statt sich in langen, verwirrenden Sätzen zu verlieren.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten: Thema für E-Mail finden)

AUFGABE:

„Wie wird die Betreffzeile lauten für deinen nächsten Newsletter?“



N – NEWSLETTER



IMPULS

Ein guter Newsletter lässt einen ehrlicher, wertvoller und verlässlicher Austausch entstehen, der konstruktiv und anregend ist.

6 Punkte-Checkliste – verbessert deinen Newsletter



Ein klarer Einstieg: Formulieren Sie in zwei Sätzen, worum es sich handelt. Die Leser werden inspiriert.



Eine Botschaft: Streiche alles, was dein Thema unnötig überladet. Weniger wirkt stärker und überzeugt.



Saubere Formatierung: aussagekräftige Absätze mit kurzen Zwischenüberschriften und eine Struktur, die sofort ins Auge fällt.



Echten Mehrwert: Beantworte eine konkrete Frage oder löse unkompliziert schnell ein kleines Problem.



Einen eindeutigen Call-to-Action setzen: Ein direkter Link, der weiterführt – zum Blogbeitrag, Termin oder Angebot.



Verlässliche Frequenz: Entscheide dich für wöchentlich oder zweiwöchentlich Versand – und bleib dabei. Es bringt Vertrauen.



Frage zur Reflexion:

„Welche Frage könntest du in deinem nächsten Newsletter beantworten?“



C – CACHE

KURZ ERKLÄRT:

Ein Cache ist ein Zwischenspeicher, der Inhalte deiner Website speichert, damit sie schneller geladen werden. Besucher bekommen so bereits vorbereitete Daten angezeigt, statt alles neu zu laden.



3 TIPPS:



Browser neu laden: Vieles liegt nicht an der Website, sondern am Browser. Klick auf die F5-Taste zum Neuladen der Seite.

Browser-Cache leeren: Drücke Strg + Umschalt + Entf (Windows) oder Cmd + Umschalt + Backspace (Mac).

Caching-Tools: Sie können den Cache über Ihr CMS-Plugin, Ihr Hosting-Dashboard oder Ihren Browser leeren.



Schreibe in einem Satz auf:

(3 Minuten: Cache leeren - oder nicht)

AUFGABE:

„Was verändert sich, wenn du heute deinen Browser-Cache leerst?“



C – CACHE



IMPULS

„Schnelle Seiten entstehen nicht zufällig – ein sauberer Cache ist einer der einfachsten Hebel die Ladezeit zu verbessern.“

6 Punkte-Checkliste – URLs optimieren



Browser-Cache zurücksetzen: Viele Darstellungsfehler liegen am lokalen Cache des Computers. Ein kurzer Neustart (Reset) hilft.



Automatisches Caching aktivieren: Nutze Caching-Funktionen deines Hosters oder CMS, um Ladezeiten zu verbessern.



Mobile Darstellung extra prüfen: Bei Smartphones wird Cache oft länger gespeichert. Kontrolliere Änderungen im mobilen Browser.



Cache geleert - positiver Effekt: Man erhält die aktuellste Version einer Webseite, da alle veralteten Daten gelöscht werden.



Cache geleert - negativer Effekt: Ladezeiten der Website verlängern sich, da die Daten neu heruntergeladen werden.



Cache nicht grundsätzlich deaktivieren: Der Cache spielt eine wesentliche Rolle für eine schnellere Internetnutzung.



Frage zur Reflexion:

Zeigt deine Website sofort die aktuellen Inhalte – oder veralteten Cache?

24



H – HOSTING

KURZ ERKLÄRT:

Hosting bedeutet, dass deine Website auf einem Server gespeichert wird, damit sie jederzeit im Internet erreichbar ist. Ein gutes Hosting sorgt für schnelle Ladezeiten, stabile Verbindungen und eine sichere Umgebung für deine Daten.



3 TIPPS:



Achte auf Zuverlässigkeit: Ein stabiler Server gewährleistet Schutz vor Systemausfällen.

Serverstandort beachten: Ein Server in der EU sorgt für stabile Ladezeiten und erleichtert den Datenschutz nach DSGVO.

Automatische Updates: Hosting-Pakete mit automatischen Sicherheits- und Systemupdates sparen Zeit ohne Risiken.

Schreibe in einem Satz auf:

(3 Minuten: Hosting prüfen)

AUFGABE:

„Was möchtest du online mit deinem Hosting konkret erreichen?“



H – HOSTING



IMPULS

„Ein verlässliches Hosting ist keine zusätzliche Leistung, sondern die Basis für Wachstum und Sichtbarkeit.“

6 Punkte-Checkliste – Hosting prüfen



Servergeschwindigkeit: Ladezeiten unter 3 Sekunden sind ein guter Richtwert. Langsame Seiten verlieren Besucher.



SSL-Zertifikat aktiv: „https“ schützt Daten und stärkt Vertrauen. Prüfe an Hand der URL-Adresse, ob es aktuell ist.



Regelmäßige automatische Backups: Tägliche oder wöchentliche Sicherungen schützen vor Datenverlust im Ernstfall.



Support erreichbar: Fragen tauchen immer wieder auf – schnelle Antworten bringen uns weiter. Guter Support ist Goldwert.



Verfügbarkeit: Hohe Erreichbarkeitsorgt dafür, dass deine Website zuverlässig online ist. Ausfälle kosten Vertrauen.



Skalierbarkeit: Das Hosting sollte mit deinem Business mitwachsen. Mehr Inhalte oder Besucher – kein Problem sein.



Frage zur Reflexion:

Wer ist für dein Hosting zuständig ist und an wen kannst du dich wenden?

WER ICH BIN

Über mich

Ich bin Karin Legler, Website-Expertin, Impulsgeberin und Gründerin. Seit über 25 Jahren begleite ich Menschen, die ihre Website passend zu ihrem Business haben wollen – klar strukturiert, sichtbar, ohne Technikdrama. 2023 habe ich meine Agentur „qulerweb“ gegründet.



www.qulerweb.de

#qulerweb

Ich bin überzeugt:

Gestaltung von Website darf leicht gehen.

Und sie darf zu dir passen – nicht andersherum.

Karin Legler





✦ Einfach
sichtbar
mit
jedem
Schritt.