LMMeier Life Moments

CHECKLISTE FÜR SCHWEIZER KMU

Website-Check zum Selbermachen

40 Prüfpunkte für eine bestehende KMU-Website, mit Auswertungsbogen, Massnahmenplan und sechs Textvorlagen. Ohne Technikkenntnisse, in etwa 90 Minuten.

LMMeier Life Moments, Kollektivgesellschaft · Oberneuhofstrasse 8 · 6340 Baar ZG · lmmeier.ch · Ausgabe Oktober 2026

Inhalt

So machen Sie den Check

A · Erster Eindruck

B · Angebot und Inhalt

C · Kontakt und Anfrage

D · Handy und Tempo

E · Gefunden werden

F · Vertrauen

G · Recht Schweiz

H · Technik, Sicherheit, Besitz

Auswertung

Massnahmenplan

Vorlagen

Selbst weitermachen oder abgeben

Quellen

So machen Sie den Check

Dieser Check ist für eine Website, die schon online ist. Er prüft sie aus vier Blickwinkeln: wie sie auf Kundschaft wirkt, ob Google sie versteht, ob die rechtlichen Grundlagen stimmen und ob jemand die Technik im Griff hat. Sie brauchen dafür kein Fachwissen, nur ein Handy, einen Computer und etwa 90 Minuten Ruhe.

Am Ende wissen Sie, wo Ihre Website steht, was Sie zuerst angehen und wie Sie es selbst erledigen oder sauber in Auftrag geben. Was der Check nicht kann: Ihnen eine bestimmte Zahl Anfragen zusichern oder eine fachliche Sicherheitsprüfung ersetzen. Er zeigt, was von aussen sichtbar ist.

Die Ampel

Bewerten Sie jeden der 40 Punkte mit einer Farbe:

Farbe	Bedeutung
Grün	Erfüllt. Nichts zu tun.
Gelb	Teilweise erfüllt oder unklar. Verbessern, wenn Zeit ist.
Rot	Nicht erfüllt. Gehört in den Massnahmenplan.

Seien Sie streng. Wer bei «unklar» grün gibt, betrügt nur sich selbst.

Was Sie bereitlegen

- Ihr Handy mit mobilen Daten (nicht nur im Büro-WLAN testen)
- einen Computer mit Browser
- die Adresse Ihrer Website und, falls vorhanden, die Zugänge zu Website-Verwaltung und Google-Unternehmensprofil
- eine Person, die Ihren Betrieb nicht kennt, für zwei Punkte (A1 und A2), notfalls telefonisch
- diesen Check ausgedruckt oder als Datei zum Ausfüllen

Die kostenlosen Werkzeuge

Werkzeug	Wofür	Adresse
PageSpeed Insights (Google)	Tempo und Nutzererfahrung	pagespeed.web.dev
Google-Suche mit «site:»	Was Google von Ihrer Website kennt	google.ch

Werkzeug	Wofür	Adresse
Google Search Console	Suchanfragen, Fehler, Indexierung	search.google.com/search-console
Google Transparenzbericht	Warnung vor unsicheren Websites	transparencyreport.google.com/safe-browsing/search
Ihr eigenes Postfach	Testanfragen über das Formular	(Ihr Mailprogramm)

Alle Werkzeuge sind kostenlos. Für die Search Console brauchen Sie ein Google-Konto und müssen bestätigen, dass die Website Ihnen gehört. Wenn das noch niemand gemacht hat, ist das bereits ein Befund (Punkt E5).

So lesen Sie einen Prüfpunkt

Jeder Punkt hat vier Teile:

- **Prüfen:** was die Frage ist
- **So geht es:** wie Sie es in wenigen Minuten herausfinden
- **Gut, wenn:** woran Sie Grün erkennen
- **Wenn nicht:** was der erste Schritt ist

A · Erster Eindruck

Diese fünf Punkte entscheiden, ob jemand überhaupt bleibt. Machen Sie sie auf dem Handy.

A1 · Leistung in zehn Sekunden erkennbar

Prüfen: Versteht ein Fremder ohne Scrollen, was Sie anbieten?

So geht es: Zeigen Sie einer Person, die Ihren Betrieb nicht kennt, zehn Sekunden lang den ersten Bildschirm auf dem Handy. Fragen Sie danach: «Was bietet dieser Betrieb an?»

Gut, wenn: die Antwort ungefähr Ihrer Hauptleistung entspricht, in Kundenworten.

Wenn nicht: Überschrift neu schreiben nach der Formel «Leistung + Ort». Vorlage 3 am Schluss.

A2 · Ort oder Gebiet sofort sichtbar

Prüfen: Sieht man im ersten Bildschirm, wo Sie arbeiten?

So geht es: Gleiche Person, gleiche zehn Sekunden: «Wo ist dieser Betrieb tätig?»

Gut, wenn: Ort oder Region genannt wird.

Wenn nicht: Ort in Überschrift oder Unterzeile aufnehmen, Gebiet weiter unten ausführen.

A3 · Ein klarer nächster Schritt

Prüfen: Gibt es im ersten Bildschirm genau einen deutlich sichtbaren Hauptknopf?

So geht es: Startseite auf dem Handy öffnen. Zählen Sie die Knöpfe im ersten Bildschirm und lesen Sie deren Beschriftung.

Gut, wenn: ein Hauptknopf mit einer Handlung beschriftet ist, etwa «Offerte anfordern» oder «Termin anfragen», höchstens ein zweiter, zurückhaltender.

Wenn nicht: «Mehr erfahren» und ähnliche Beschriftungen ersetzen; mehrere gleich starke Knöpfe auf einen Hauptknopf reduzieren.

A4 · Echtes Bild statt Bilddatenbank

Prüfen: Zeigt das Hauptbild Ihren Betrieb, Ihr Team oder Ihre Arbeit?

So geht es: Hauptbild ansehen. Fragen Sie sich: Könnte dieses Bild auch auf der Website eines Mitbewerbers stehen?

Gut, wenn: das Bild eindeutig Ihren Betrieb zeigt.