



Diese Checkliste hilft dir, den Überblick zu behalten und deine Website mit Mobirise in drei Phasen strukturiert und erfolgreich umzusetzen. Nimm Dir die nötige Zeit und mach Dir zu jedem Punkt ein paar Gedanken. Notiere alle Deine Einfälle und skizziere Deine Ideen auf einem Blatt Papier.

1 Vorbereitung

In der Vorbereitung legst Du die strategischen und organisatorischen Grundlagen fest, damit Deine Umsetzung nicht ins Leere läuft. Wenn Ziele, Zielgruppen und Inhalte vorab klar sind, wird Deine Website konsistenter und schneller fertig. Du reduzierst damit Nachbearbeitung und Verzögerungen.

- ☐ **Ziele klären** – der Zweck Deiner Website und die wichtigsten Erfolgskriterien. Wenn das Ziel klar ist, lassen sich Inhalte und Prioritäten konsequent darauf ausrichten. Messgrößen helfen, später zu beurteilen, ob die Website tatsächlich wirkt und wo Du nachgebessern solltest.
- ☐ **Positionierung formulieren** – was wird angeboten, für wen, warum, welches ist der nächste Schritt. Eine präzise Positionierung macht sofort verständlich, warum jemand bleiben und handeln sollte. Sie sorgt ausserdem dafür, dass Deine Texte, Headlines und Beispiele über alle Seiten hinweg konsistent bleiben.
- ☐ **Zielgruppen definieren** – Hauptzielgruppen, Bedürfnisse, Fragen und Einwände. Eine Website wird besser, wenn sie die Sprache, Erwartungen und Suchintention der Zielgruppe trifft. So sinkt der Streuverlust und es wird wahrscheinlicher, dass die richtigen Menschen den nächsten Schritt machen.
- ☐ **Inhalte & Assets sammeln** – erstelle Texte und Bildmaterial, definiere ein Logo, Social Links, Pflichtseiten und kläre Rechte. Früh gesammelte Assets verhindern, dass der Aufbau stockt oder das Design später wegen fehlender Inhalte neu gedacht werden muss. Geklärte Rechte und Pflichtseiten reduzieren zudem rechtliche Risiken und vermeiden für Dich zusätzlichen Stress kurz vor dem Go-Live.
- ☐ **Sitemap & Struktur festlegen** – Seitenliste, Navigation, Footer, Prioritäten. Eine gute Struktur hilft Nutzergruppen, schnell zu finden, was sie suchen, und stärkt das Vertrauen durch gute Orientierung. Für Suchmaschinen schafft sie klare Themencluster und erleichtert Dir die interne Verlinkung.
- ☐ **Kontaktwege & Call to Action definieren** – eMail-Adresse oder Kontakt-Formular, klare Handlungsaufforderungen für die BesucherInnen auf jeder Seite. Ein gut sichtbarer Kontaktweg senkt die Hürde und erhöht die Anzahl qualifizierter Anfragen. Eindeutige Call to Actions vermeiden Unklarheit und machen es für Deine Kundschaft leichter, den nächsten Schritt ohne Nachdenken zu wählen.
- ☐ **Rechtliches planen** – Datenschutz, Impressum/Anbieterkennzeichnung, Bildrechte. Rechtliche Grundlagen sind notwendig, um Haftungs- und Abmahnrisiken zu reduzieren. Sie erhöhen zusätzlich das Vertrauen des Publikums, weil Transparenz zu Anbieter und Datenverarbeitung geschaffen wird.

2 Umsetzung

In der Umsetzung geht es darum, die Strategie aus der Vorbereitung in eine klare, konsistente Nutzerführung zu übersetzen. Wenn Kernseiten, Inhalte, Barrierefreiheit und Performance sauber umgesetzt sind, sieht Deine Website nicht nur gut aus, sondern erfüllt auch ihren Zweck. Ein bewusst reduziertes Set an Komponenten macht Pflege und Erweiterungen für Dich später einfacher.

- ☐ **Mobirise Theme auswählen** – Markenfit, Typografie, Farben, konsistentes Layout. Falls Du nicht etwas selber bauen möchtest, spart ein (kostenpflichtiges) Theme Detailarbeit, weil Typografie, Abstände und Komponenten bereits stimmig sind. Gleichzeitig sorgt es dafür, dass die Website visuell wie «aus einem Guss» wirkt.
- ☐ **Startseite aufbauen** – kurz erklären, worum es geht, die wichtigsten Inhalte in der Übersicht, eventuell ein prominenter Call to Action. Die Startseite ist der häufigste Einstieg und entscheidet oft in Sekunden über Vertrauen und Interesse. Wenn Botschaft und nächster Schritt klar sind, steigen Orientierung und Conversion.
- ☐ **Unterseiten erstellen** – Referenz-Projekte oder -Angebote, Über uns, Kundenliste, Kontaktmöglichkeiten, etc. Deine Kernseiten decken alle zentralen Fragen ab: was wird angeboten, warum ist es glaubwürdig, und wie erreicht man Dich.
- ☐ **Inhalte einpflegen** – verständliche Texte, gute Bildauswahl, sinnvolle Reihenfolge. Gute Inhalte erklären Nutzen und Unterschiede so, dass sie ohne Vorwissen von den Zielgruppen verstanden werden. Eine sinnvolle Reihenfolge führt durch die einzelnen Seiten und reduziert Absprünge.
- ☐ **Barrierefreiheit-Basics** – beachte Farbkontraste, erstelle Alt-Texte für Bilder, halte eine semantische Überschriftenstruktur ein. Die Barrierefreiheit verbessert die Nutzbarkeit für alle und ist besonders wichtig auf mobilen Geräten oder in schwierigen Umgebungen. Zusätzlich profitiert die Suchmaschinen-Optimierung und die Auffindbarkeit, wenn Struktur und Inhalte klar ausgezeichnet sind.
- ☐ **Suchmaschinen-Optimierung – Seitentitel (Title-Tag)**: gib jeder Deiner Seiten einen Titel, der sowohl von Menschen als auch von Suchmaschinen verstanden wird. Erlaubte maximale Länge sind 54 Zeichen (inkl. Leerschläge).
Seitenbeschreibung (Description-Tag): reihe nicht nur Keywords aneinander. Denke an Deine Zielgruppe, und was Du mit dieser Seite bewirken willst. Maximale Länge sind hier 140 Zeichen (inkl. Leerschläge), sonst kürzt Google eigenmächtig.
- ☐ **Performance verbessern** – Bilder vorab zurechtschneiden und komprimieren, so wenig Fonts wie nötig einsetzen, unnötige Widgets vermeiden. Schnelle Seiten wirken professioneller und führen zu weniger Abbrüchen, besonders auf Mobile.
- ☐ **Lokaler Export und Backup** – spätestens, wenn Dein Projekt fertig ist, exportiere Deine Daten in ein lokales Verzeichnis auf deinem Computer. So kannst du alles überprüfen, und bei Problemen auf ein Backup deines Projektes zurück greifen.

3 Nachbereitung

Die Nachbereitung stellt sicher, dass Deine Website stabil läuft, gefunden wird und rechtlich sauber aufgestellt ist. Mit etwas Monitoring und einer klaren Pflege-Routine wird Deine Website langfristig besser, statt schleichend zu veralten. Der Aufwand bleibt kontrollierbar und der Nutzen steigt über die Zeit.

- ☐ **Domain registrieren** – überprüfe bei Deinem Internet Service Provider, ob Deine Wunsch-Domain noch verfügbar ist, denn ohne Registrierung ist deine Adresse nicht gesichert und kann von anderen belegt werden. Erledige dies möglichst früh, so vermeidest Du zusätzlichen Stress kurz vor dem Go-Live.
- ☐ **Hosting auswählen** – Du brauchst einen Internet Service Provider (ISP), bei dem Deine Website physisch auf dem Server liegt. Meistens reicht das kostengünstigste Angebot für Deine Website aus. In der Schweiz haben z. B. KreativMedia oder Infomaniak eine gute Reputation, und Deine Daten liegen auf Schweizer Servern.
- ☐ **Go-Live – Aufschalten beim Hoster** – Upload Deiner exportierten Dateien. Nur ein vollständiger Upload stellt sicher, dass alle Seiten und Assets korrekt geladen werden. Lass das SSL-Protokoll durch Deinen Hoster aktivieren. Dies schützt Deine Daten und ist immer noch ein Mindeststandard für Browser und Nutzervertrauen.
- ☐ **XML-Sitemap erstellen** – anstatt die von Mobirise erzeugte XML-Sitemap zu verwenden, solltest Du besser eine detailliertere XML-Sitemap online erstellen lassen, z. B. mit mysitemapgenerator.com. Diese kannst Du danach herunterladen, und beim Hosting-Partner im Hauptverzeichnis Deiner Website ablegen.
- ☐ **Google Search Console Konto einrichten** – nachdem Du hier Deine XML-Sitemap angemeldet hast, kannst Du wenig später überprüfen, wie oft Deine Website in den Suchergebnissen erscheint, und unter welchen Suchbegriffen sie gefunden wird.
- ☐ **Sichtbarkeit in Google überprüfen** – wenn Deine Website von Google angezeigt wird, kannst du mit der Eingabe «site: name-meiner-website.ch» nachschauen, ob wirklich alle Deine Seiten vom Suchmaschinen-Spider erfasst worden sind. Sonst kannst Du über die Search Console fehlende Seiten zur Indexierung nachreichen.
- ☐ **Rechtliches (CH/EU, je nach Zielmarkt)** – rechtliche Angaben wie «Impressum» und «Datenschutz» sind notwendig, um Abmahn- und Haftungsrisiken zu reduzieren, besonders in der EU. Sie stärken ausserdem das Vertrauen, weil Transparenz zum Anbieter der Website und zur Datenverarbeitung gegeben ist.
- ☐ **Content-Pflege & Weiterentwicklung** – eine Website ist nie wirklich «fertig», weil Inhalte, Angebote und Referenzen sich immer wieder ändern. Regelmässige Pflege macht Deine Website glaubwürdig und verbessert langfristig die Sichtbarkeit. Aktuelle Inhalte stärken Vertrauen und zeigen, dass Dein Angebot aktiv ist. Zudem können neue Inhalte und Referenzen die Conversion deutlich verbessern.

Haftungsausschluss: Diese Checkliste wird «as is» zur Verfügung gestellt. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Eine Gewähr oder Garantie für das Erreichen bestimmter Ergebnisse wird ausgeschlossen; die Nutzung erfolgt auf eigenes Risiko.