

WORKBOOK

10

Tage
Anleitung

WEBSITE-
STRATEGIE
WORKBOOK

ÜBER MICH

Ich bin Pia Streck,
Kommunikationsdesignerin und seit
vielen Jahren auf strategische
WordPress-Websites spezialisiert.



In meiner Arbeit habe ich immer wieder
erlebt:

Die meisten Probleme entstehen nicht durch Technik – sondern durch
fehlende Klarheit.

- Unklare Angebote.
- Zu viele Inhalte.
- Keine klare Struktur.

Genau deshalb habe ich dieses Workbook entwickelt.

Bevor du dich für ein System entscheidest oder Designfragen klärst,
brauchst du eine saubere Grundlage. Eine Website, die wirkt, entsteht nicht
zufällig – sie entsteht durch bewusste Entscheidungen.

Ich begleite seit vielen Jahren Unternehmer:innen dabei, genau diese
Klarheit zu entwickeln.

Mit diesem Workbook gebe ich dir die Struktur an die Hand, die ich auch in
meiner täglichen Arbeit nutze.

Schön, dass du dir die Zeit nimmst, deine Website strategisch vorzubereiten.
Viel Erfolg dabei.

Herzliche Grüße

Pia

DEINE WEBSITE BEGINNT HIER.

Struktur statt Unsicherheit

Vielleicht schiebst du das Thema schon eine Weile vor dir her.

Vielleicht hast du angefangen – und wieder aufgehört. Vielleicht fühlst du dich unsicher, wo du überhaupt beginnen sollst. Das ist normal.

Eine Website ist mehr als Technik.

Sie ist dein Auftritt. Deine Haltung. Dein Angebot. Deine Entscheidung, sichtbar zu werden. Und genau deshalb beginnt sie nicht im Editor. Sondern hier und jetzt.

Dieses Workbook hilft dir, Klarheit zu gewinnen – bevor du investierst, bevor du gestaltest, bevor du veröffentlichst.

Du entwickelst Schritt für Schritt:

- dein klares Ziel
- deine präzise Zielgruppe
- dein geschärftes Angebot
- deine Struktur
- deine Richtung

Am Ende hast du keinen losen Plan, sondern eine durchdachte Grundlage. Und das verändert alles. Lass uns beginnen.



INHALTS- VERZEICHNIS

Deine Website. Klar gedacht.

Kapitel

1 Das Ziel deiner Website

Definiere, was deine Website konkret leisten soll – und warum das entscheidend ist.

2 Deine Zielgruppe wirklich verstehen

Entwickle ein klares Profil der Menschen, die du erreichen möchtest.

3 Dein Angebot auf den Punkt bringen

Formuliere dein Ergebnis klar, verständlich und überzeugend.

4 Die Struktur deiner Website planen

Entwickle eine logische Seitenarchitektur – ohne Überfrachtung.

5 Deine Startseite strategisch vorbereiten

Baue den wichtigsten Einstieg deiner Website bewusst auf.

6 Deine Angebotsseite überzeugend entwickeln

Struktur, Argumentation und klare Entscheidungsführung.

7 Deine Über-mich-Seite mit Wirkung gestalten

Vertrauen aufbauen – authentisch und professionell.

8 Dein Design bewusst planen

Definiere Wirkung, Farbwelt und visuelle Klarheit.

9 Technische Anforderungen klären

Bestimme, was deine Website wirklich können muss.

10 Den passenden Website-Anbieter auswählen

Treffe deine Entscheidung fundiert und langfristig sinnvoll.

Warum deine Website mit Klarheit beginnt – nicht mit Technik

Bevor du startest

Viele beginnen ihre Website mit einer technischen Entscheidung:

- Welches System?
- Welches Design?
- Welches Template?

Doch die wichtigste Arbeit passiert davor.

Eine gute Website entsteht nicht im Editor. Sie entsteht auf dem Papier.

Dieses Workbook führt dich Schritt für Schritt durch die strategische Vorbereitung deiner Website – damit du später schneller, klarer und souveräner umsetzen kannst.

Das Ziel dieses Workbooks

Wenn du dieses Workbook vollständig durcharbeitest, hast du am Ende:

- ein klar definiertes Ziel für deine Website
- ein präzises Zielgruppenprofil
- ein geschärftes Angebot
- eine fertige Seitenstruktur
- vorbereitete Inhalte
- eine definierte Designrichtung
- eine fundierte Entscheidungsbasis für deinen Website-Anbieter

Du arbeitest hier nicht an einer „Idee“. Du entwickelst eine konkrete Website-Strategie.

So arbeitest du mit diesem Workbook

1. Nimm dir bewusst Zeit.
2. Plane für jedes Kapitel 30–60 Minuten.
3. Arbeite ehrlich.
4. Nicht das, was gut klingt – sondern das, was wirklich stimmt.
5. Schreibe konkret.
6. Je klarer du formulierst, desto leichter wird später alles Weitere.
7. Perfektion ist nicht das Ziel.
8. Klarheit ist das Ziel.

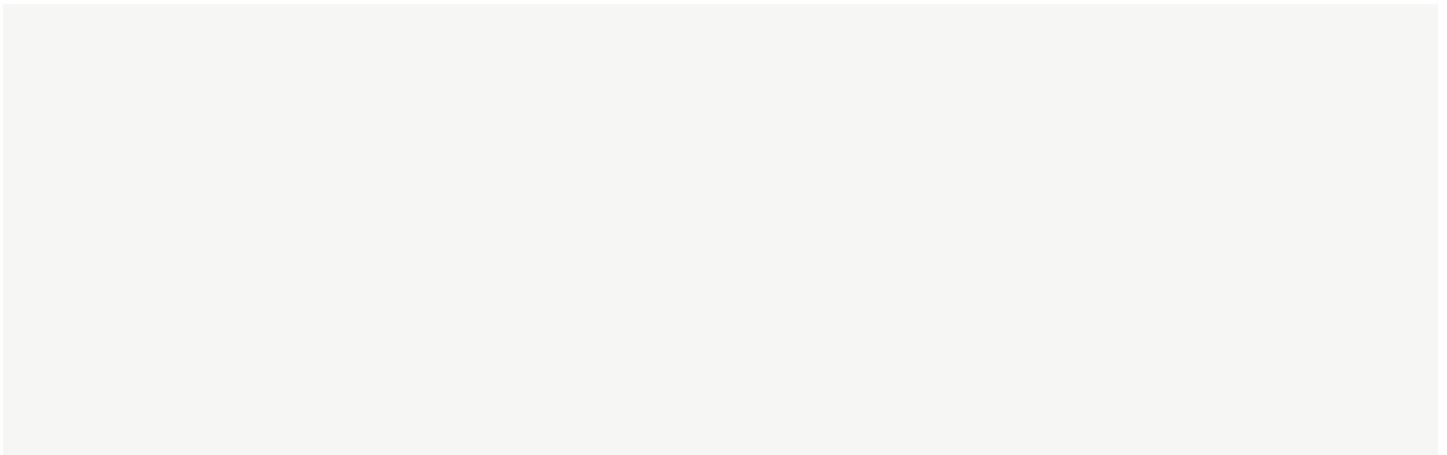
KAPITEL

1

Warum brauchst du diese Website wirklich?

Beantworte die folgenden Fragen schriftlich. Nimm dir Zeit.

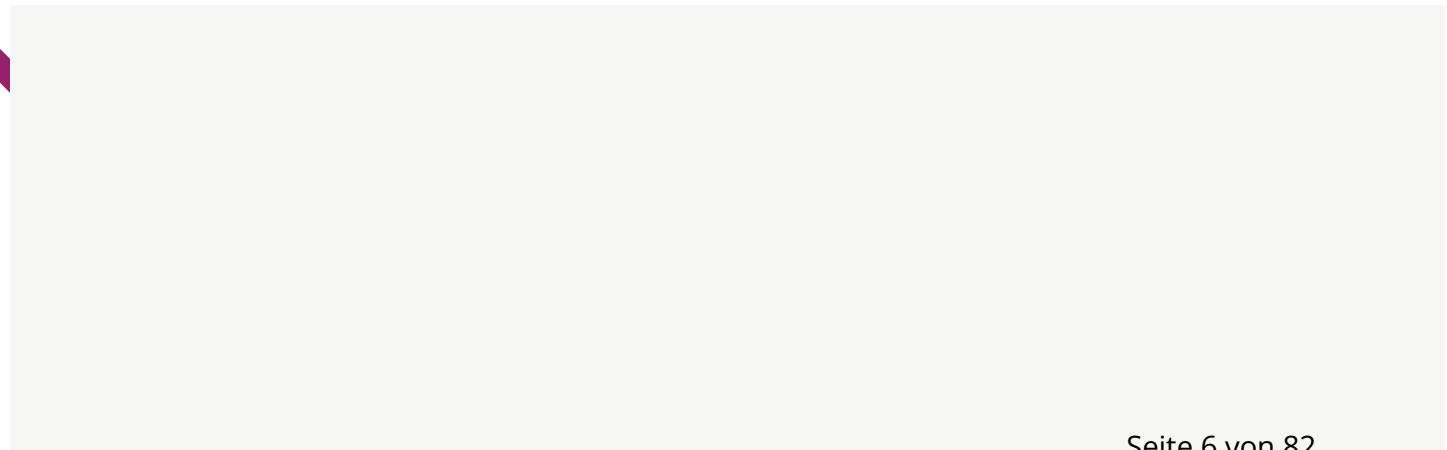
1. Warum möchtest du eine Website erstellen oder überarbeiten?



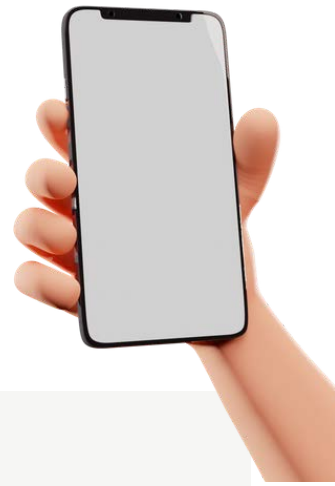
2. Was soll sich durch deine Website konkret verändern?

Beispiel:

- mehr Anfragen
- professioneller Auftritt
- klarere Positionierung
- höherwertige Kund:innen



KAPITEL 1



3. Welche Probleme entstehen aktuell ohne klare Website?

Dein erstes Ergebnis

Formuliere nun in einem Satz: **Meine Website soll**

Nur ein Hauptziel. Keine Liste. Keine Kombination.
Wenn du dich nicht entscheiden kannst, priorisiere.

Reflexionsfrage

Wenn eine Person deine Website besucht und nur eine Sache tut – welche soll das sein?

- Kontakt aufnehmen
- Termin buchen
- Angebot kaufen
- Newsletter abonnieren
- Informieren
- Anderes: _____

Diese Entscheidung bestimmt später deine gesamte Struktur.

KAPITEL 1



Warum dieses Kapitel so wichtig ist

Ohne ein klares Ziel entstehen hast du später:

- zu viele Seiten
- unklare Texte
- verwirrende Call-to-Actions
- ein beliebiger Eindruck

Mit einem klaren Ziel kannst du jede spätere Entscheidung prüfen:

„Dient das meinem Hauptziel?“

Wenn nicht, streich es bitte.

Zusammenfassung Kapitel 1

Du hast jetzt:

- dein Motiv reflektiert
- dein Ziel klar formuliert
- dein Hauptziel definiert

Das ist die Grundlage für alles Weitere.

Im nächsten Kapitel geht es um deine Zielgruppe – denn deine Website ist nicht für dich, sondern für die Menschen, die du erreichen möchtest.

KAPITEL

2

Deine Zielgruppe wirklich verstehen

Ziel dieses Kapitels:

Nicht eine oberflächliche Persona.
Sondern echte Klarheit über die Menschen, die du erreichen willst.

Warum dieses Kapitel entscheidend ist

Viele schreiben auf ihre Website:

„Ich unterstütze Selbstständige.“

„Ich arbeite mit Unternehmen.“

„Ich helfe Frauen.“

Das ist keine Zielgruppe. Das ist eine Kategorie.

Deine Website wirkt erst dann überzeugend, wenn sich eine konkrete Person angesprochen fühlt.

Je klarer du deine Zielgruppe beschreibst, desto:

- einfacher wird deine Struktur
- präziser werden deine Texte
- stimmiger wird dein Design
- klarer wird dein Angebot

Dieses Kapitel schafft diese Grundlage.



KAPITEL 2



Schritt 1 – Wähle eine konkrete Zielperson

Wichtig:

Nicht mehrere Gruppen gleichzeitig.

Wenn du zwei Zielgruppen hast, entscheide dich hier bewusst für eine Hauptgruppe.

Übung 1 – Grundprofil

Beschreibe deine Wunschkundin oder deinen Wunschkunden so konkret wie möglich.

Wer ist diese Person?

Alter (ca.): _____

Beruf / Tätigkeit: _____

Selbstständig seit: _____

Situation aktuell: _____

In welcher Phase befindet sich diese Person?

- Aufbauphase
- Wachstumsphase
- Neuorientierung
- Konsolidierung
- Sonstiges: _____

KAPITEL 2



Schritt 2 – Die aktuelle Situation verstehen

Hier gehen wir tiefer.

Eine gute Website spricht nicht über dein Angebot.
Sie spricht über die Situation deiner Zielgruppe.

Übung 2 – Realistische Alltagssituation

Beschreibe einen typischen Tag deiner Zielperson.

- Womit beschäftigt sie sich?
- Was läuft gut?
- Was frustriert sie?
- Welche Gedanken kreisen immer wieder?

A large, empty rectangular area with a light gray background, intended for the user to write their response to the exercise. It is positioned below the list of questions.

KAPITEL 2



Schritt 3 – Das Kernproblem identifizieren

Nicht jedes Problem ist relevant.
Wir suchen das Problem, das Druck erzeugt.

Übung 3 – Problem-Tiefe

Welches konkrete Problem hat deine Zielgruppe?

Warum ist dieses Problem belastend?

Was passiert, wenn es ungelöst bleibt?

Was hat sie bereits versucht?

KAPITEL 2



Schritt 4 – Emotionale Ebene verstehen

Menschen entscheiden emotional – nicht rational.

Übung 4 – Innere Gedanken

Vervollständige folgende Sätze aus Sicht deiner Zielperson:

„Ich wünsche mir, dass ...“

„Ich habe Angst, dass ...“

„Ich bin unsicher, weil ...“

„Ich wäre erleichtert, wenn ...“

KAPITEL 2



Schritt 5 – Der gewünschte Zielzustand

Jetzt drehen wir die Perspektive.

Übung 5 – Wunsch-Zustand

Wenn das Problem gelöst ist:

Wie fühlt sich deine Zielperson?

Was ist konkret anders?

Was kann sie jetzt tun, was vorher nicht möglich war?

Wie verändert sich ihr Leben?

KAPITEL 2



Schritt 6 – Einwände erkennen

Eine starke Website nimmt Zweifel vorweg.

Übung 6 – Mögliche Einwände

Welche Gedanken könnten deine potenziellen Kund:innen haben?

Beispiele:

- „Ist das wirklich das Richtige für mich?“
- „Lohnt sich die Investition?“
- „Ich weiß nicht, ob ich das schaffe.“

Deine Liste:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

KAPITEL 2



Zusammenfassung – Dein Zielgruppenprofil

Fasse nun alles in einem klaren Profil zusammen.

Meine Zielperson

Ist: _____

Steckt gerade in: _____

Kämpft mit: _____

Wünscht sich: _____

Zweifelt an: _____

Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Würde sich diese Person in deiner Beschreibung wiedererkennen?
- Ist das Profil konkret genug?
- Ist es emotional greifbar?
- Ist es fokussiert?

Wenn nicht: gehe zurück und schärfe.

KAPITEL 2



Warum dieses Kapitel so wichtig ist

Deine Website wird später:

- mit den Worten deiner Zielgruppe sprechen
- ihre Situation spiegeln
- ihre Zweifel aufnehmen
- ihr Ziel greifbar machen

Ohne dieses Kapitel wird deine Website allgemein bleiben.
Mit diesem Kapitel wird sie persönlich.

Zusammenfassung Kapitel 2

Du hast jetzt:

- eine klar definierte Zielperson
- ihr Kernproblem verstanden
- ihren Wunschzustand beschrieben
- mögliche Einwände identifiziert

Das ist die Grundlage für dein Angebot im nächsten Kapitel.
Im nächsten Schritt schärfen wir dein Angebot so, dass es exakt zu dieser Zielperson passt.

KAPITEL

3

Dein Angebot klar formulieren

Ziel dieses Kapitels:

Dein Angebot so zu formulieren, dass die Zielgruppe in deinem Angebot die Lösung für ihr Problem sieht.

Warum dieses Kapitel entscheidend ist

Deine Website verkauft keine Methode.

Sie verkauft kein Tool.

Sie verkauft kein „Coaching“ oder „Design“.

Sie verkauft ein Ergebnis.

Wenn dein Angebot nicht klar formuliert ist, entstehen später:

- schwammige Texte
- lange Erklärungen
- viele Rückfragen
- Unsicherheit bei Interessenten

Dieses Kapitel bringt dein Angebot auf den Punkt.



KAPITEL 3



Schritt 1 – Vom Tätigkeitswort zum Ergebnis

Viele beschreiben ihr Angebot so:

- „Ich biete Beratung an.“
- „Ich mache Webdesign.“
- „Ich gebe Coaching.“

Das beschreibt, was du tust. Nicht, was deine Kund:innen davon haben.

Übung 1 – Was tust du konkret?

Schreibe zuerst ehrlich auf, wie du dein Angebot bisher beschreibst:

KAPITEL 3



Übung 2 – Welches sichtbare Ergebnis entsteht?

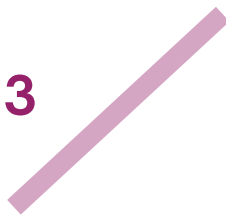
Beantworte: Nach der Zusammenarbeit kann meine Kundin / mein Kunde ...

Je konkreter, desto besser.

Beispiel statt „mehr Klarheit“:

- eine strukturierte Website
- einen klar formulierten Angebotskern
- 3 neue Anfragen pro Monat
- einen professionellen Außenauftritt

KAPITEL 3



Schritt 2 – Das Kernproblem erneut prüfen

Dein Angebot muss exakt auf das Problem aus Kapitel 2 einzahlen.

Beantworte: Welches konkrete Problem löst mein Angebot?

Beantworte: Warum ist das Problem relevant?



KAPITEL 3



Schritt 3 – Der Transformationsweg

Eine gute Angebotsbeschreibung zeigt nicht nur das Ergebnis, sondern auch den Weg dorthin.

Übung 3 – Dein Prozess in 3-5 Schritten

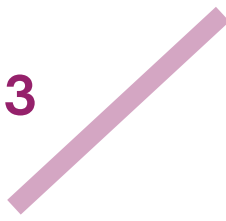
Beschreibe grob, wie du arbeitest:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Halte es einfach.

Keine Details – nur Struktur.

KAPITEL 3



Schritt 4 – Dein Unterschied

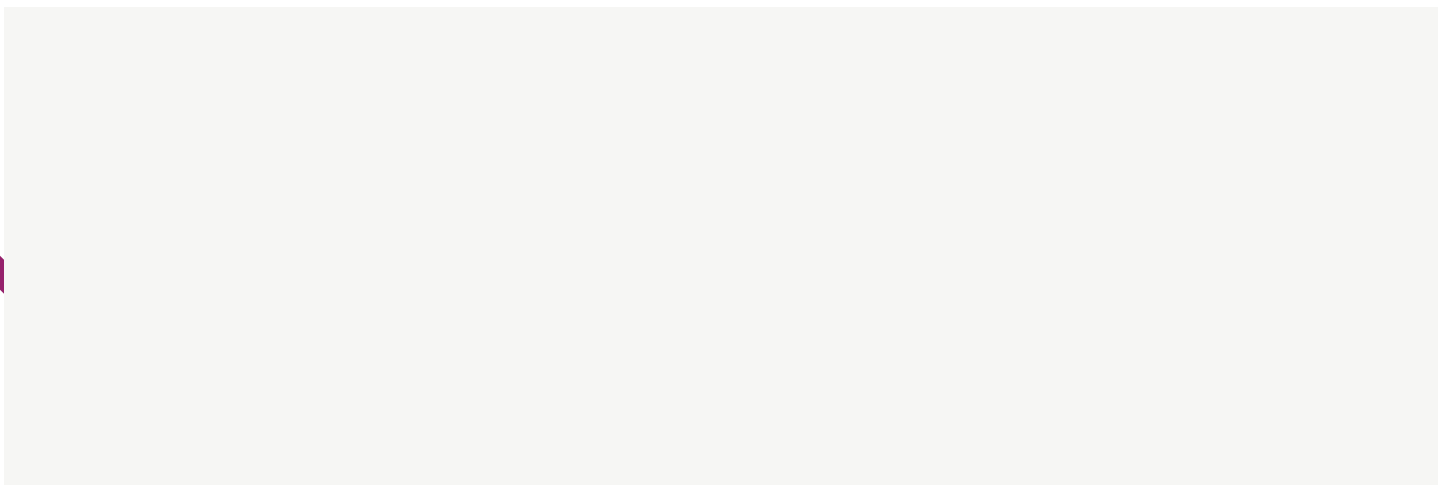
Warum sollten Kund:innen dich wählen?

Nicht „weil ich individuell arbeite“, sondern ganz konkret.

Übung 4 – Deine Differenzierung

Was unterscheidet dich von anderen?

- Erfahrung?
- Spezialisierung?
- Arbeitsweise?
- Geschwindigkeit?
- Struktur?
- Persönliche Begleitung?



KAPITEL 3



Schritt 5 – Dein Angebotskern in einem Satz

Jetzt fügen wir alles zusammen.

Formuliere dein Angebot nach diesem Muster (Elevatorpitch):

Ich helfe [Zielgruppe] dabei, [konkretes Ergebnis] zu erreichen, indem ich [deine Methode / deinen Ansatz] nutze.

Deine Version:

KAPITEL 3



Schritt 6 – Klarheits-Check

Lies deinen Satz laut vor.

Beantworte:

- Ist er verständlich?
- Ist er konkret?
- Könnte ihn jemand außerhalb deiner Branche verstehen?
- Klingt er nach einem Ergebnis – oder nach einer Tätigkeit?

Wenn er noch abstrakt wirkt, schärfe weiter.

Bonus-Übung – Angebotsfilter

Beantworte ehrlich:

Wenn eine Person nur diesen Satz liest, weiß sie dann:

- Ob sie gemeint ist?
- Was sie davon hat?
- Warum sie weiterlesen sollte?

Wenn nicht, ist dein Angebot noch zu allgemein.



Zusammenfassung Kapitel 3

Du hast jetzt:

- dein sichtbares Ergebnis definiert
- das Kernproblem klar benannt
- deinen Prozess grob strukturiert
- deine Differenzierung erkannt
- deinen Angebotskern formuliert

Das ist die Grundlage für deine Website-Struktur im nächsten Kapitel.

Denn jetzt wissen wir:

- Für wen du sprichst
- Welches Problem du löst
- Welches Ergebnis du anbietest

Im nächsten Kapitel entwickeln wir daraus deine Website-Architektur.

KAPITEL

4

Deine Website-Struktur planen

Warum Struktur wichtiger ist als Design

Viele beschäftigen sich früh mit Farben, Schriften oder Bildern. Doch ohne klare Struktur entsteht:

- Informationschaos
- Wiederholungen
- unklare Botschaften
- mehrere Handlungsaufforderungen gleichzeitig

Struktur bedeutet:

Du weißt, welche Seite welche Aufgabe hat. Erst wenn das klar ist, lohnt sich die Umsetzung.



KAPITEL 4



Schritt 1 – Die minimalistische Sitemap

Eine gute Website braucht in den meisten Fällen nur wenige Seiten.

Typische Basis-Struktur:

- Startseite
- Angebotsseite
- Über-mich
- Kontakt
- Optional: Blog

Mehr Seiten bedeuten nicht mehr Wirkung, sondern oft mehr Verwirrung.

Übung 1 – Deine Hauptseiten festlegen

Welche Seiten brauchst du wirklich?

Hauptseite 1: _____

Hauptseite 2: _____

Hauptseite 3: _____

Hauptseite 4: _____

Optional: _____

Frage dich bei jeder Seite:

„Dient sie meinem Hauptziel aus Kapitel 1?“

Wenn nicht, streiche sie.

KAPITEL 4



Schritt 2 – Dein primärer Call-to-Action

Jede Website braucht eine klare Haupt-Handlung.

Was soll Besucher:innen als Nächstes tun?

- Kontakt aufnehmen
- Termin buchen
- Angebot anfragen
- Produkt kaufen
- Newsletter abonnieren

Dein primärer Call-to-Action:

Wichtig:

Nicht mehrere gleichwertige Ziele gleichzeitig verfolgen.



KAPITEL 4



Schritt 3 – Die Aufgabe jeder Seite definieren

Jetzt bekommt jede Seite eine klare Funktion.

Übung 2 – Seitenfunktion festlegen

Startseite

Ziel dieser Seite:

Was soll nach dem Lesen passieren?

Angebotsseite

Ziel dieser Seite:

Welches Ergebnis wird hier klar kommuniziert?

Über mich

Ziel dieser Seite:

Welches Vertrauen soll hier entstehen?

Kontakt

Ziel dieser Seite:

Welche Hürde soll hier möglichst niedrig sein?

KAPITEL 4



Schritt 4 – Die logische Reihenfolge

Besucher:innen denken nicht wie du. Sie suchen Orientierung.

Die Startseite sollte daher:

1. Das Problem spiegeln
2. Eine Lösung aufzeigen
3. Dein Angebot vorstellen
4. Vertrauen aufbauen
5. Zur Handlung führen

Übung 3 – Deine Startseiten-Abschnitte planen

Plane 5–7 Abschnitte.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Halte es klar.

Jeder Abschnitt hat eine Aufgabe.

KAPITEL 4



Schritt 5 – Struktur der Angebotsseite

Diese Seite ist entscheidend für Conversion.

Sie sollte folgende Fragen beantworten:

- Für wen ist das Angebot?
- Welches Problem wird gelöst?
- Wie läuft die Zusammenarbeit ab?
- Welches Ergebnis entsteht?
- Warum sollte ich dir vertrauen?
- Was ist der nächste Schritt?

Übung 4 – Angebotsseiten-Gliederung

Plane deine Abschnitte:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

KAPITEL 4



Schritt 6 – Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Hat jede Seite ein klares Ziel?
- Ist dein Haupt-CTA eindeutig?
- Gibt es Seiten ohne klare Funktion?
- Gibt es Inhalte, die gestrichen werden können?

Wenn ja: bitte vereinfachen.

Visuelle Übersicht

Du kannst hier eine kleine Skizze deiner Sitemap zeichnen.



Kapitel-Zwischenergebnis

Du hast jetzt:

- deine Hauptseiten definiert
- deinen primären Call-to-Action festgelegt
- die Funktion jeder Seite geklärt
- die Struktur von Start- und Angebotsseite geplant

Deine Website hat nun ein Gerüst.

Im nächsten Kapitel entwickeln wir daraus die Inhalte – konkret und strukturiert.

KAPITEL

5

Deine Startseite strategisch vorbereiten

Warum die Startseite so wichtig ist

Viele behandeln die Startseite wie eine Zusammenfassung aller Inhalte.

Doch sie hat eine klare Aufgabe:

Sie führt.

Sie muss in wenigen Sekunden beantworten:

- Bin ich hier richtig?
- Wird mein Problem verstanden?
- Gibt es eine passende Lösung?
- Kann ich dieser Person vertrauen?
- Was soll ich jetzt tun?

Dieses Kapitel hilft dir, deine Startseite logisch und überzeugend aufzubauen.

Die 5 Kern-Elemente einer starken Startseite

1. Problem-Ansprache
2. Lösung & Positionierung
3. Angebot in klarer Form
4. Vertrauenselemente
5. Handlungsaufforderung

Wir arbeiten diese Punkte jetzt Schritt für Schritt aus.



KAPITEL 5



Schritt 1 – Problem klar benennen

Deine Startseite beginnt nicht mit dir. Sie beginnt mit deiner Zielgruppe.

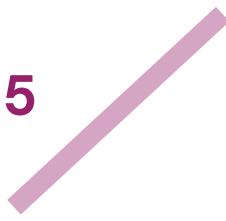
Übung 1 – Problemformulierung

Formuliere 2–3 Sätze, die das Kernproblem deiner Zielgruppe widerspiegeln.
Beziehe dich auf Kapitel 2.

Achte darauf:

- Konkret statt allgemein
- Verständlich statt fachlich
- Nahbar statt dramatisch

KAPITEL 5



Schritt 2 – Lösung aufzeigen

Nachdem du das Problem benannt hast, braucht es sofort Orientierung.

Übung 2 – Deine Lösung in klaren Worten

Formuliere:

Was bietest du konkret an – als Antwort auf das Problem?

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write their answer to the exercise.

Halte es einfach. Kein Fachjargon.

KAPITEL 5



Schritt 3 – Dein Angebot auf der Startseite

Die Startseite ersetzt nicht deine Angebotsseite. Aber sie muss dein Angebot klar vorstellen.

Übung 3 – Angebotszusammenfassung

Beschreibe dein Angebot in 3–5 kurzen Punkten:

Diese Punkte sollten:

- verständlich sein
- ergebnisorientiert sein
- Lust auf mehr machen

KAPITEL 5



Schritt 4 – Vertrauen aufbauen

Menschen kaufen nicht nur ein Angebot. Sie vertrauen einer Person.

Übung 4 – Vertrauenselemente sammeln

Was stärkt deine Glaubwürdigkeit?

- Erfahrung
- Referenzen
- Testimonials
- Spezialisierung
- Ausbildung
- klare Haltung
- Zahlen & Ergebnisse

Notiere, was du konkret zeigen kannst:

KAPITEL 5



Schritt 5 – Dein Call-to-Action

Die häufigste Schwäche von Websites:

Unklare Handlungsaufforderungen.

Dein primärer CTA aus Kapitel 4 muss sichtbar und eindeutig sein.

Übung 5 – Handlungsaufforderung formulieren

Formuliere deinen Haupt-CTA klar und aktiv:

Beispiel:

- Jetzt Kontakt aufnehmen
- Erstgespräch vereinbaren
- Angebot anfragen

Deine Version:

Optional: Sekundärer CTA (z. B. mehr erfahren)

KAPITEL 5



Schritt 6 – Reihenfolge festlegen

Jetzt bringst du alles in eine logische Struktur.

Übung 6 – Startseiten-Gliederung finalisieren

1. Problem-Ansprache
2. Lösung
3. Angebotsüberblick
4. Vertrauenselement
5. Call-to-Action
6. Optionaler Zusatzabschnitt

Deine konkrete Struktur:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

KAPITEL 5



Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Würde sich deine Zielgruppe im ersten Abschnitt wiederfinden?
- Wird dein Angebot klar erkennbar?
- Ist dein CTA eindeutig?
- Gibt es Abschnitte ohne klare Funktion?

Wenn ja: vereinfachen.

Kapitel-Ergebnis

Du hast jetzt:

- eine klare Problem-Ansprache
- eine formulierte Lösung
- eine Angebotszusammenfassung
- definierte Vertrauenselemente
- einen eindeutigen Call-to-Action
- eine strukturierte Startseite

Damit ist der wichtigste Teil deiner Website vorbereitet.

Im nächsten Kapitel entwickeln wir deine Angebotsseite – dort geht es um Tiefe, Argumentation und Überzeugung.

KAPITEL

6

Deine Angebotsseite strategisch entwickeln

Die Aufgabe deiner Angebotsseite

Diese Seite beantwortet eine zentrale Frage:
Ist dieses Angebot genau das Richtige für mich?

Eine gute Angebotsseite:

- spricht die richtige Zielgruppe an
- beschreibt das konkrete Problem
- zeigt die Lösung
- erklärt den Ablauf
- macht das Ergebnis greifbar
- nimmt Zweifel ernst
- führt klar zur Entscheidung

Wir entwickeln das jetzt Schritt für Schritt.



KAPITEL 6



Schritt 1 – Klar sagen, für wen dein Angebot ist

Viele Angebote bleiben unklar, weil nicht deutlich wird, wer gemeint ist.

Übung 1 – Zielgruppen-Ansprache

Formuliere einen klaren Einstieg für deine Angebotsseite.

Beispiel-Struktur:

„Dieses Angebot ist für dich, wenn ...“

Deine Version:

A large, empty, light grey rectangular box intended for the user to write their own version of the target group definition. The box is positioned below the example text and above the final instructions. There are decorative purple diagonal lines in the top-left and bottom-right corners of the page.

Sei konkret.

Nicht „für alle Selbstständigen“, sondern klar definiert.

KAPITEL 6



Schritt 2 – Das Problem präzise benennen

Beschreibe:

- Woran merkt deine Zielgruppe, dass sie dieses Problem hat?
- Welche Folgen entstehen?
- Welche Frustration ist damit verbunden?

A large, empty, light gray rectangular box that occupies the central portion of the page. It is intended for the user to write their answers to the questions listed above. The box is bordered by a thin gray line.

Je klarer du hier bist, desto stärker wird die Identifikation.

KAPITEL 6



Schritt 3 – Deine Lösung klar darstellen

Jetzt kommt dein Angebot als Antwort auf dieses Problem.

Übung 3 – Angebotsbeschreibung

Beantworte:

- Was genau beinhaltet dein Angebot?
- Was passiert konkret?
- Wie lange dauert es?
- Welche Form hat es?

Vermeide Fachsprache. Erkläre es so, dass auch Außenstehende es verstehen.

KAPITEL 6



Schritt 4 – Dein Prozess in klarer Struktur

Menschen wollen wissen, wie etwas abläuft.

Übung 4 – Ablauf in 3-5 Schritten

Beschreibe deinen Prozess:

1.

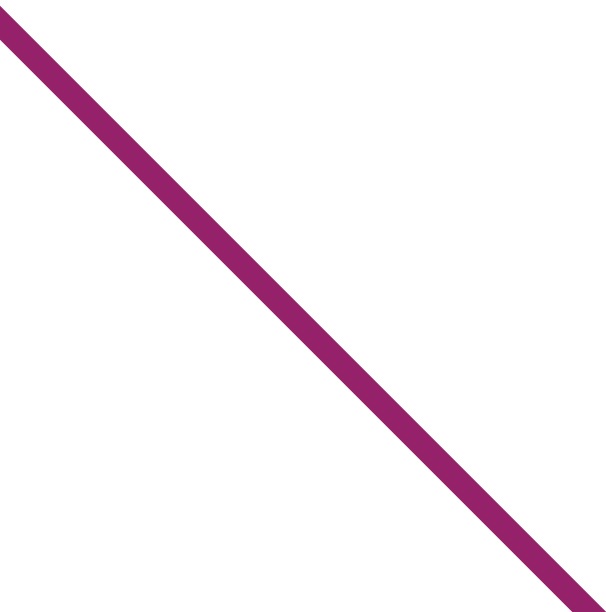
2.

3.

4.

5.

Kurz, klar, nachvollziehbar.



KAPITEL 6



Schritt 5 – Das Ergebnis greifbar machen

Hier geht es um den Zielzustand aus Kapitel 2.

Übung 5 – Konkretes Ergebnis

Nach der Zusammenarbeit kann deine Kundin / dein Kunde:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Formuliere sichtbare, konkrete Veränderungen.

Nicht „mehr Klarheit“, sondern „eine strukturierte Website mit klarer Botschaft“.

KAPITEL 6



Schritt 6 – Einwände vorwegnehmen

Zweifel gehören dazu.

Eine gute Angebotsseite ignoriert sie nicht – sie beantwortet sie.

Übung 6 – Einwandbehandlung

Wähle 3–5 typische Einwände und formuliere eine klare Antwort.

Einwand 1:

Antwort:

Einwand 1:

Antwort:

Einwand 1:

Antwort:

KAPITEL 6



Schritt 7 – Der Call-to-Action

Am Ende muss klar sein: Was soll jetzt passieren?

Übung 7 – Klare Handlungsaufforderung

Formuliere deinen CTA eindeutig.

Optional:

Ergänze einen kurzen motivierenden Satz davor.

„Wenn du dir wünschst, dass ... dann ...“

KAPITEL 6



Struktur deiner Angebotsseite – Zusammenfassung

Am Ende muss klar sein: Was soll jetzt passieren?

Bringe alles in eine logische Reihenfolge:

1. Zielgruppen-Ansprache
2. Problem-Vertiefung
3. Lösung / Angebot
4. Ablauf
5. Ergebnis
6. Einwandbehandlung
7. Call-to-Action

KAPITEL 6



Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Ist sofort klar, für wen dieses Angebot ist?
- Wird das Problem präzise beschrieben?
- Ist der Ablauf nachvollziehbar?
- Ist das Ergebnis konkret?
- Gibt es einen klaren nächsten Schritt?

Wenn nicht: schärfen.

Kapitel-Ergebnis

Du hast jetzt:

- eine klar strukturierte Angebotsseite
- dein Angebot verständlich beschrieben
- deinen Prozess erklärt
- konkrete Ergebnisse formuliert
- Einwände integriert
- einen eindeutigen CTA definiert

Damit steht das Herzstück deiner Website.

Im nächsten Kapitel entwickeln wir deine Über-mich-Seite – denn Vertrauen entscheidet oft stärker als Fakten.

KAPITEL

7

Deine Über-mich-Seite strategisch entwickeln

Warum diese Seite so wichtig ist

Menschen kaufen nicht nur ein Angebot. Sie entscheiden sich für eine Person. Deine Über-mich-Seite ist kein Lebenslauf. Sie ist eine Vertrauensbrücke.

Sie beantwortet:

- Wer bist du?
- Warum tust du, was du tust?
- Warum kann ich dir vertrauen?
- Passen wir zusammen?

Dieses Kapitel hilft dir, diese Seite klar und authentisch aufzubauen.

Der häufigste Fehler

Viele schreiben:

- Ausbildung
- Stationen
- Zertifikate
- Jahreszahlen

Das ist informativ. Aber selten verbindend.

Eine gute Über-mich-Seite verbindet persönliche Motivation mit professioneller Kompetenz.



KAPITEL 7



Schritt 1 – Deine Motivation

Warum machst du, was du machst? Nicht die sachliche Antwort. Die echte.

Übung 1 – Dein Ausgangspunkt

Beantworte:

- Was hat dich ursprünglich dazu gebracht, dieses Angebot zu entwickeln?
- Gab es einen bestimmten Moment oder Wendepunkt?
- Welche Erfahrung hat dich geprägt?

A large, empty rectangular area with a light gray background, intended for the user to write their answers to the questions listed above. The area is completely blank.

Hier darf es persönlich sein – aber nicht beliebig.

KAPITEL 7



Schritt 2 – Deine Haltung

Deine Arbeitsweise unterscheidet dich.

Übung 2 – Deine Überzeugung

Beantworte:

- Woran glaubst du in deinem Arbeitsfeld?
- Was ist dir wichtig?
- Was machst du bewusst anders als viele andere?

Beispiel:

„Ich glaube nicht an schnelle Lösungen ohne klare Strategie.“

Das schafft Profil.

KAPITEL 7



Schritt 3 – Deine Kompetenz sichtbar machen

Jetzt kommt die fachliche Ebene.

Übung 3 – Deine Expertise

Was qualifiziert dich konkret?

- Erfahrung (z. B. Jahre, Projekte)
- Spezialisierung
- Branchenkenntnis
- besondere Methoden
- messbare Ergebnisse

Notiere die wichtigsten Punkte:

A large, empty rectangular area with a light gray background, intended for the user to write down their most important points. The area is bounded by a thin gray line and is positioned below the text 'Notiere die wichtigsten Punkte:'.

Wichtig: Nicht alles aufzählen – nur das Relevante für deine Zielgruppe.

KAPITEL 7



Schritt 4 – Verbindung zur Zielgruppe

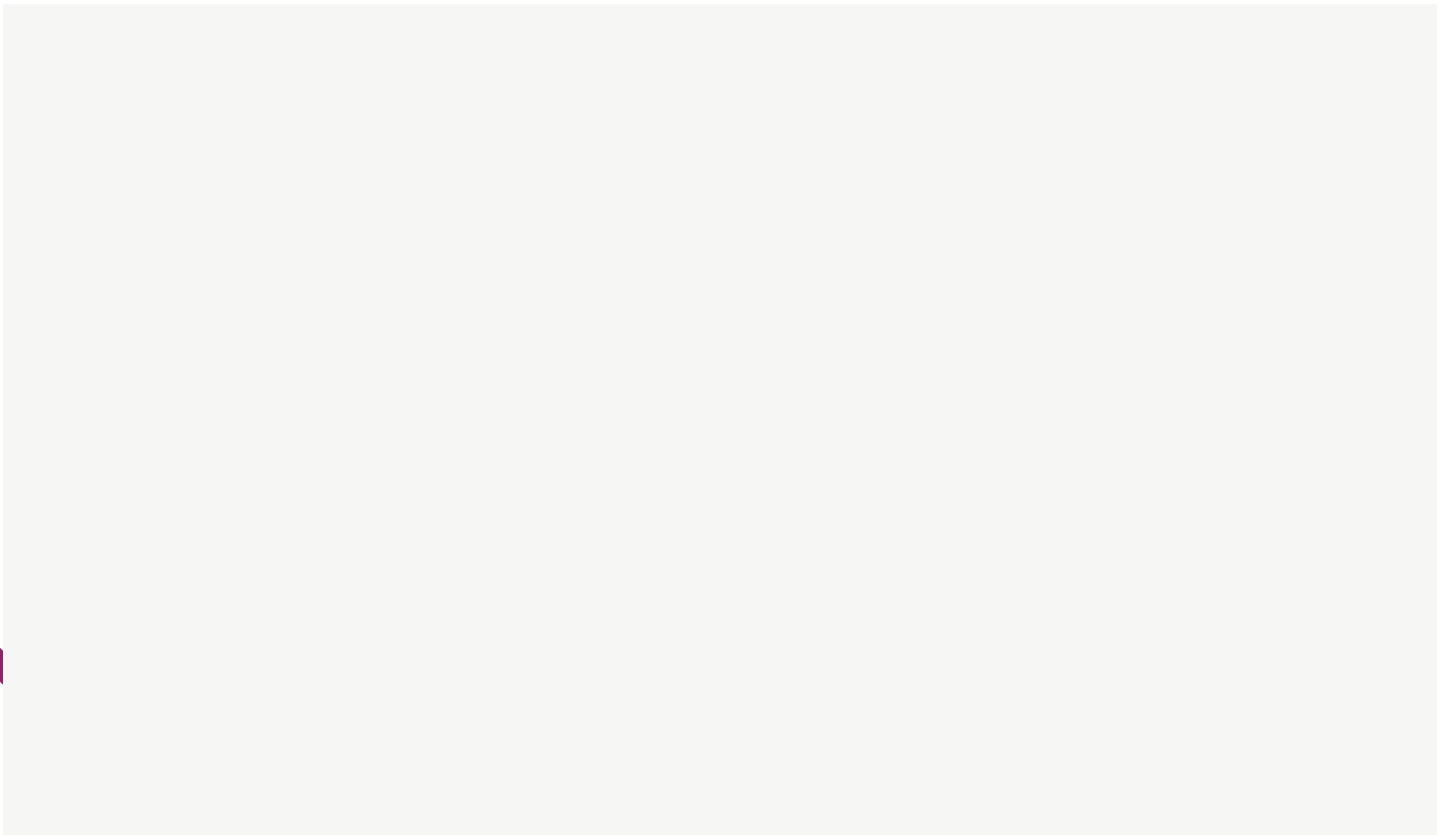
Deine Über-mich-Seite ist keine Einbahnstraße.

Sie sollte zeigen: Warum verstehst du genau diese Zielgruppe?

Übung 4 – Gemeinsame Schnittstelle

Was verbindet dich mit deiner Zielgruppe?

- Eigene Erfahrung?
- Ähnliche Herausforderungen?
- Spezialisierung auf genau diese Phase?



KAPITEL 7



Schritt 5 – Einladung zur Zusammenarbeit

Am Ende sollte klar sein:

Warum ist die Zusammenarbeit mit dir sinnvoll?

Übung 5 – Deine Einladung

Formuliere einen Abschluss für deine Über-mich-Seite.

Beispiel-Struktur:

„Wenn du dir wünschst, dass ...

und Wert auf ... legst,

dann freue ich mich, dich kennenzulernen.“

Deine Version:

A large, empty rectangular box with a light gray background, intended for the user to write their own invitation. The box is positioned below the text and is partially framed by purple decorative lines on the left and bottom edges.

KAPITEL 7



Struktur deiner Über-mich-Seite

Bringe alles in eine klare Reihenfolge:

1. Persönlicher Einstieg
2. Motivation / Wendepunkt
3. Haltung & Arbeitsweise
4. Fachliche Kompetenz
5. Verbindung zur Zielgruppe
6. Einladung zur Zusammenarbeit

KAPITEL 7



Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Klingt der Text nach dir?
- Ist er verständlich?
- Wirkt er authentisch?
- Wird klar, warum man dir vertrauen kann?
- Führt er zu einer Handlung?

Wenn du beim Lesen denkst „Das könnte jede Person schreiben“, ist es noch nicht spezifisch genug.

Kapitel-Ergebnis

Du hast jetzt:

- deine Motivation reflektiert
- deine Haltung formuliert
- deine Kompetenz sichtbar gemacht
- eine Verbindung zur Zielgruppe hergestellt
- eine klare Einladung zur Zusammenarbeit entwickelt

Damit steht deine persönliche Vertrauensbasis.

Im nächsten Kapitel entwickeln wir das visuelle Konzept deiner Website – denn Gestaltung transportiert deine Haltung.

KAPITEL

8

Dein Design bewusst planen

Warum Design mehr ist als Geschmack

Viele entscheiden Design nach persönlicher Vorliebe:

„Ich mag diese Farbe.“

„Diese Schrift gefällt mir.“

Doch deine Website ist nicht für dich gemacht. Sie ist für deine Zielgruppe.

Design transportiert:

- Professionalität
- Vertrauen
- Klarheit
- Kompetenz
- Nähe oder Distanz

Dieses Kapitel hilft dir, bewusst zu gestalten – nicht zufällig.



KAPITEL 8



Schritt 1 – Die gewünschte Wirkung definieren

Bevor du Farben auswählst, kläre die Stimmung.

Übung 1 – Drei zentrale Eigenschaften

Wie soll deine Website wirken?

Wähle 3–5 Eigenschaften:

- ruhig
- klar
- modern
- hochwertig
- nahbar
- strukturiert
- kreativ
- minimalistisch
- kraftvoll
- seriös
- inspirierend
- sachlich
- warm
- reduziert

Reflexionsfrage

Passt diese Wirkung:

- zu deiner Zielgruppe?
- zu deinem Angebot?
- zu deiner Persönlichkeit?

Wenn nicht, justiere.

KAPITEL 8



Schritt 2 – Farbwelt festlegen

Farben beeinflussen Wahrnehmung stark.

Beispiele:

- Blau → Vertrauen, Struktur
- Grün → Ruhe, Wachstum
- Schwarz → Klarheit, Eleganz
- Beige → Wärme, Natürlichkeit
- Gelb → Energie, Aufmerksamkeit

Wähle bewusst – nicht zufällig.

Übung 2 – Deine Farbstrategie

Wie soll deine Website wirken?

Hauptfarbe:

Sekundärfarbe:

Akzentfarbe (für Buttons):

Frage dich:

- Unterstützen diese Farben deine gewünschte Wirkung?
- Sind sie langfristig tragfähig?
- Wirken sie ruhig oder unruhig?

KAPITEL 8



Schritt 3 – Typografie bewusst wählen

Schriften transportieren Haltung.

Serifen-Schrift:

→ klassisch, traditionell, hochwertig aber auf einem Monitor schlecht lesbar

Serifenlose Schrift:

→ modern, klar, reduziert

Zu viele verschiedene Schriften wirken unruhig.

Übung 3 – Schrift-Entscheidung

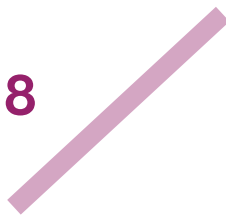
Headline-Schrift:

Fließtext-Schrift:

Regel:

- Maximal 2 Schriftarten und 3 Schriftschnitte (Dicke)
- Gute Lesbarkeit steht über Stil

KAPITEL 8



Schritt 4 – Bildsprache definieren

Bilder wirken schneller als Text.

Überlege:

- Möchtest du echte Fotos?
- Reduzierte, klare Bilder?
- Szenische Darstellungen?
- Detailaufnahmen?
- Illustrationen?

Übung 4 – Bildwirkung

Welche Stimmung sollen deine Bilder transportieren?

- Natürlichkeit
- Professionalität
- Nähe
- Weite
- Klarheit
- Dynamik
- Ruhe

KAPITEL 8



Schritt 5 – Layout-Prinzipien festlegen

Struktur im Design schafft Orientierung.

Wichtige Prinzipien:

- Genug Weißraum
- Klare Abschnitte
- Wiederkehrende Elemente
- Konsistente Button-Farbe
- Einheitliche Abstände

Übung 5 – Layout-Regeln

Welche Grundregeln möchtest du einhalten?

- 1.
- 2.
- 3.

Beispiel:

- Maximal 2 Schriftgrößen für Fließtext
- Buttons immer in Akzentfarbe
- Klare Abschnittstrennung



KAPITEL 8



Schritt 6 – Design-Check

Beantworte ehrlich:

- Unterstützt dein Design dein Angebot?
- Passt es zur Zielgruppe?
- Wirkt es ruhig oder überladen?
- Ist es konsistent?

Wenn du unsicher bist: vereinfachen.

Kapitel-Ergebnis

Du hast jetzt:

- eine definierte Wirkung
- eine klare Farbstrategie
- eine Schriftentscheidung
- eine Bildrichtung
- feste Layout-Grundsätze

Damit verhinderst du:

- Design-Chaos
- Beliebigkeit
- ständige Änderungen

Im nächsten Kapitel bereiten wir die technische Umsetzung vor – damit du fundiert entscheiden kannst, welcher Anbieter wirklich zu dir passt.

KAPITEL

9

Deine technischen Anforderungen klären

Warum dieses Kapitel entscheidend ist

Viele wählen ein System – und merken später:

- Funktionen fehlen
- Erweiterungen sind nicht möglich
- Anpassungen sind kompliziert
- oder die Lösung ist überdimensioniert

Bevor du dich für einen Anbieter entscheidest, brauchst du Klarheit:

Was muss deine Website technisch wirklich können?

Nicht mehr. Nicht weniger.



KAPITEL 9



Schritt 1 – Funktion vor Spielerei

Deine Website soll ein Ziel erfüllen (Kapitel 1). Die Technik muss dieses Ziel unterstützen.

Stelle dir deshalb zuerst die Frage: Welche Funktionen brauche ich wirklich?

Übung 1 – Grundfunktionen definieren

Welche Basis-Funktionen sind notwendig?

- Kontaktformular
- Terminbuchung
- Newsletter-Anmeldung
- Blog
- Zahlungsfunktion
- Mitgliederbereich
- Downloadbereich
- Mehrsprachigkeit
- Portfolio / Referenzen
- Online-Shop

KAPITEL 9



Schritt 2 – Erweiterungen realistisch planen

Denke nicht nur an heute. Sondern an die nächsten 2–3 Jahre.

Übung 2 – Zukunftsperspektive

Plane ehrlich:

Möchtest du später:

- Online-Kurse anbieten
- digitale Produkte verkaufen
- einen Mitgliederbereich aufbauen
- Landingpages flexibel erstellen
- Marketing-Automatationen nutzen

Diese Überlegung beeinflusst deine Anbieterwahl stark.

KAPITEL 9



Schritt 3 – Selbstständigkeit vs. Abhängigkeit

Ein wichtiger Punkt: Wie unabhängig möchtest du langfristig sein?

Beantworte:

- Möchtest du Inhalte selbst ändern können?
- Möchtest du neue Seiten selbst erstellen?
- Möchtest du technische Anpassungen selbst steuern?

Übung 3 – Dein Unabhängigkeitsgrad

Plane ehrlich:

Ich möchte ...

- Alles selbst verwalten
- Kleine Änderungen selbst machen
- Komplett betreut werden

KAPITEL 9



Schritt 4 – Budget realistisch einschätzen

Technische Lösungen haben unterschiedliche Kostenmodelle:

- Monatliche Gebühren
- Einmalige Projektkosten
- Wartungskosten
- Erweiterungsgebühren

Übung 4 – Budgetrahmen festlegen

Welches Budget ist realistisch?

Einmalig: _____

Monatlich: _____

Wichtig: Nicht nur Anschaffungskosten betrachten – sondern langfristige Gesamtkosten.

KAPITEL 9



Schritt 5 – Wartung & Pflege berücksichtigen

Jede Website braucht Pflege.

Überlege:

- Wer kümmert sich um Updates?
- Wer übernimmt Sicherheitsprüfungen?
- Wer sichert Backups?
- Wer reagiert bei technischen Problemen?

Übung 5 – Verantwortlichkeit klären

Für Wartung zuständig ist:

- Ich selbst
- Ein Dienstleister
- Der Anbieter übernimmt alles

KAPITEL 9



Schritt 6 – Datenschutz & Rechtliches

Technische Systeme unterscheiden sich in:

- Hosting-Standort
- Cookie-Integration
- Erweiterungsmöglichkeiten
- Einbindung externer Tools

Du solltest zumindest wissen:

- Wo deine Website gehostet wird
- Ob DSGVO-Anforderungen umsetzbar sind
- Ob Tracking-Tools integriert werden können

Übung 6 – Rechtliche Anforderungen

- Cookie-Banner
- Tracking-Tools
- Newsletter-Integration
- Drittanbieter-Tools

Notiere Besonderheiten:

KAPITEL 9



Technische Zusammenfassung

Fasse deine Anforderungen zusammen:
Meine Website muss können:

1.

2.

3.

4.

Langfristig wichtig:

Empty rectangular box for long-term requirements.

KAPITEL 9



Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Weiß ich jetzt, was ich wirklich brauche?
- Habe ich zwischen „nice to have“ und „notwendig“ unterschieden?
- Habe ich meine Zukunftspläne berücksichtigt?
- Kenne ich meinen Budgetrahmen?

Wenn du hier klar bist, triffst du bessere Entscheidungen.

Kapitel-Ergebnis

Du hast jetzt:

- deine notwendigen Funktionen definiert
- zukünftige Erweiterungen bedacht
- deinen Wunsch nach Unabhängigkeit geklärt
- dein Budget eingeordnet
- Wartungsfragen berücksichtigt

Damit bist du optimal vorbereitet für das nächste Kapitel:
Die fundierte Auswahl deines Website-Anbieters.

KAPITEL

10

Den passenden Website-Anbieter bewusst auswählen

Warum du jetzt anders entscheidest

Viele wählen einen Anbieter am Anfang – aus Unsicherheit.

Du entscheidest jetzt aus Klarheit.

Du weißt:

- Was deine Website leisten soll
- Welche Funktionen du brauchst
- Wie unabhängig du bleiben willst
- Welches Budget realistisch ist

Damit wird deine Entscheidung sachlich – nicht emotional.

Die vier klassischen Wege

Zur Orientierung:

1. Baukastensystem
2. Agentur
3. Programmierer
4. Webdesigner mit CMS (z. B. WordPress)

Wir prüfen sie jetzt anhand deiner Kriterien.



KAPITEL 10



Schritt 1 – Entscheidung nach Ziel & Komplexität

Projektumfang einschätzen

Ist deine Website:

- Eine einfache Informationsseite
- Eine klar strukturierte Dienstleister-Seite
- Eine komplexe Plattform
- Ein Shop / Mitgliederbereich

Je komplexer dein Projekt, desto flexibler sollte dein System sein.

Schritt 2 – Budget vs. Einfluss

Wie wichtig ist dir Mitgestaltung?

- Ich möchte möglichst viel selbst entscheiden
- Ich möchte beraten werden
- Ich möchte alles abgeben

Und:

Ist dein Budget eher:

- Niedrig
- Mittel
- Hoch

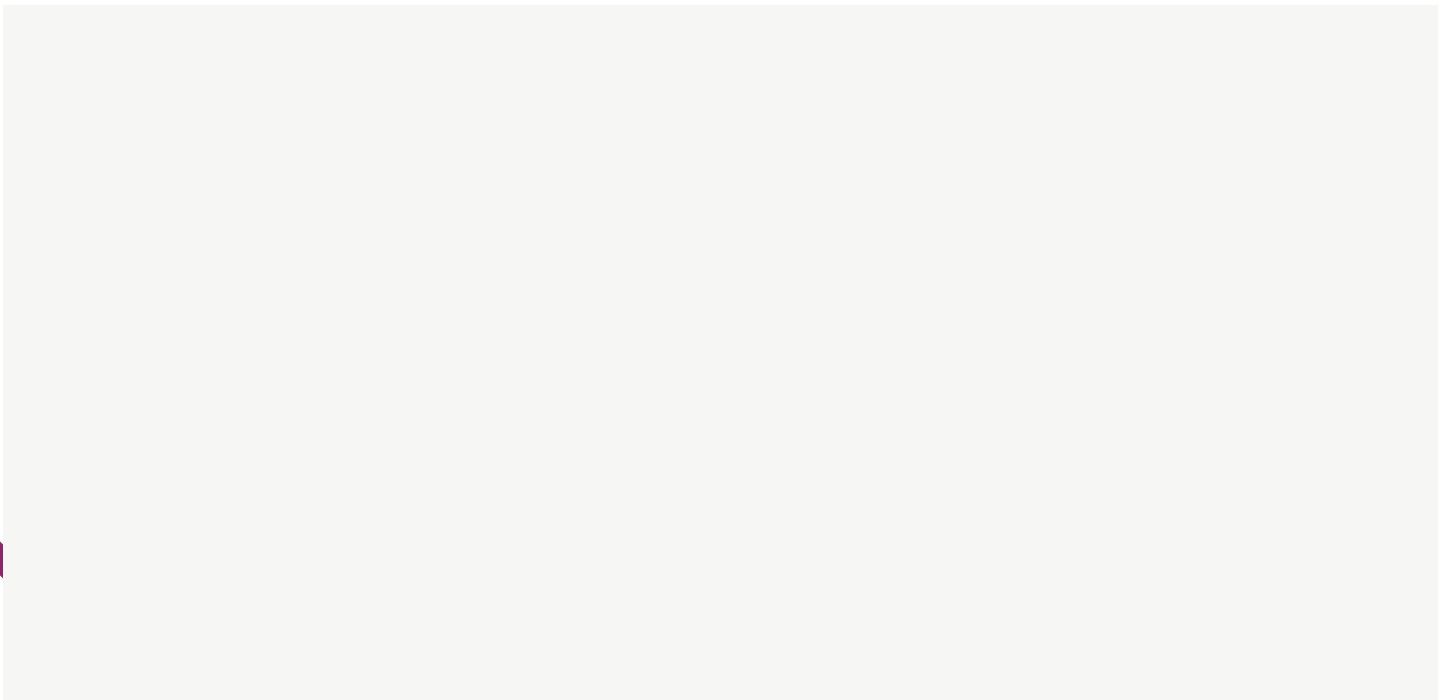
KAPITEL 10



Schritt 3 – Entscheidungsfindung

Was ist dir wichtig?

- Hohe Individualität**
- Technische Unabhängigkeit**
- Persönliche Beratung**
- Langfristige Skalierbarkeit**
- Schnelle Umsetzung**



KAPITEL 10



Schritt 4 – Reflexion pro Anbieter

Beantworte für dich:

Baukastensystem

Passt es zu:

- deinem Budget?
- deinen Funktionsanforderungen?
- deinem Wunsch nach Individualität?
- deiner Zukunftsplanung?

Agentur

Passt es zu:

- deinem Budget?
- deinem Wunsch nach Mitgestaltung?
- deinem Bedürfnis nach Unabhängigkeit?

Programmierer

Passt es zu:

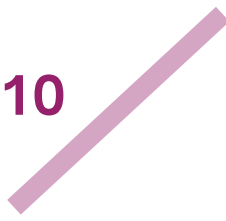
- deinem Bedarf an strategischer Beratung?
- deinem Anspruch an Gestaltung?
- deiner langfristigen Wartung?

Webdesigner mit flexiblem CMS

Passt es zu:

- deinem Wunsch nach Beratung?
- deiner Mitgestaltung?
- deiner Skalierbarkeit?
- deinem Budget?

KAPITEL 10



Schritt 5 – Deine bewusste Entscheidung

Jetzt triffst du eine klare Entscheidung.

Meine bevorzugte Lösung ist:

Warum?



KAPITEL 10



Letzter Klarheits-Check

Beantworte ehrlich:

- Entscheide ich aus Angst oder aus Klarheit?
- Habe ich mein langfristiges Ziel berücksichtigt?
- Weiß ich, welche Kompromisse ich eingehe?
- Fühle ich mich mit dieser Entscheidung sicher?

Wenn du unsicher bist, gehe zurück zu Kapitel 9.

Abschluss des Workbooks

Du hast jetzt:

- eine klare Website-Strategie
- eine definierte Zielgruppe
- ein geschärftes Angebot
- eine strukturierte Seitenarchitektur
- vorbereitete Inhalte
- ein geplantes Design
- technische Klarheit
- eine fundierte Anbieter-Entscheidung

Du startest nicht mit Technik. Du startest mit Strategie.

Und genau das unterscheidet eine beliebige Website von einer durchdachten.