

Wie Sie Ihre Website in **7 Schritten** zum Vertriebskanal umbauen

In diesem Leitfaden zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihre Website von einer digitalen Visitenkarte in einen echten Vertriebskanal verwandeln, der mehr Besucher in qualifizierte Anfragen umwandelt, ohne ständig Geld für Werbung zu verbrennen.

PSTUDIO
Luca Gloderer
www.pstudio.io



AUSBLICK

Arbeitet Ihre Website wirklich für Sie – oder ist sie nur eine digitale Visitenkarte?

Als Inhaber eines etablierten Betriebs haben Sie schon vieles richtig gemacht:

Sie haben ein funktionierendes Geschäft aufgebaut, Kunden gewonnen, vielleicht Mitarbeiter eingestellt. Ihre Arbeit spricht für sich – sonst wären Sie nicht da, wo Sie heute sind.

Doch eine Frage sollten Sie sich ehrlich stellen:

Arbeitet Ihre Website wirklich für Sie – oder ist sie nur eine digitale Visitenkarte?

Die meisten Websites von Handwerkern und Dienstleistern sehen gut aus. Modernes Design, schöne Bilder, alle Leistungen aufgelistet. Aber sie **verkaufen nicht**. Sie generieren kaum Anfragen – oder nicht mal ansatzweise das, was sie eigentlich könnten. Besucher kommen, schauen kurz – und verschwinden wieder. Ohne anzurufen. Ohne das Kontaktformular auszufüllen. Ohne dass Sie jemals erfahren, dass sie da waren.

Das ist frustrierend. Vor allem, wenn Sie wissen, dass Ihre Arbeit besser ist als die der meisten Mitbewerber.

Warum Ihre Website keine Anfragen bringt

Hier ist die unbequeme Wahrheit: **Es ist nicht Ihre Schuld.**

Webdesigner bauen schöne Websites – keine, die verkaufen. Das sind zwei völlig verschiedene Dinge. Ihnen hat niemand gezeigt, wie eine Website aufgebaut sein muss, damit Besucher zu Anfragen werden. Sie sind Handwerker, Dienstleister, Unternehmer – kein Marketing-Experte. Woher sollten Sie das wissen?

Gleichzeitig können Ihnen auch die meisten anderen nicht weiterhelfen.

Ihr Steuerberater nicht. Ihr Bekannter, der „irgendwas mit Internet“ macht, nicht. Selbst viele Marketing-Agenturen verstehen nicht, wie lokale Betriebe funktionieren.

Das Ergebnis:

Sie haben eine Website, die Geld gekostet hat aber kein Geld bringt.

Die Konsequenzen, die Sie jeden Tag spüren

Vielleicht merken Sie es noch nicht bewusst. Aber die Auswirkungen sind real:

Sie sind abhängig von Empfehlungen.

Wenn die ausbleiben, wird es ruhig. Sie haben keine Kontrolle über Ihren Auftragseingang.

Sie zahlen für teure Vermittlungsportale.

MyHammer, Check24, Leadportale – 50€, 100€, manchmal 750€ pro Anfrage. Und diese Anfragen vergleichen Sie oft nur über den Preis.

Ihre Marge schrumpft.

Weil Sie gegen Billiganbieter konkurrieren müssen, statt gegen Qualität.

Ihre Konkurrenz wächst.

Während Sie auf Empfehlungen warten, bauen andere systematisch ihre Online-Präsenz aus – und ziehen Ihnen die guten Kunden weg.

Der Abstand wird größer, nicht kleiner.

Jeden Monat, den Sie warten, holen Ihre Mitbewerber weiter auf. Oder überholen Sie.



Für wen ist dieser Leitfaden?

Dieser Leitfaden ist für **etablierte lokale Betriebe ab 350.000€ Jahresumsatz**, die Kunden in ihrer Region bedienen und bereit sind, den nächsten Wachstumsschritt zu gehen.

Wenn Sie mit dem Status quo zufrieden sind oder nur nach kostenlosen Tipps suchen, ohne etwas umzusetzen – dann ist dieser Leitfaden nichts für Sie.

Er ist für Inhaber, die **handeln** wollen.

Was andere Betriebe mit diesen 7 Schritten erreichen

Die meisten Betriebe sind froh, wenn sie 2-15 Anfragen pro Monat über ihre Website bekommen. „Besser als nichts“, denken sie.

Aber das ist nicht das Ende der Fahnenstange. **Das ist nicht einmal der Anfang.**

Betriebe, die diese 7 Schritte umsetzen, generieren **30, 50, manchmal 300+ qualifizierte Anfragen** – pro Monat. Direkt über ihre Website. Ohne teure Vermittlungsportale, die Ihre Marge auffressen.

Das sind keine Ausnahmen. Das sind keine „Glücksfälle“. Das ist das Ergebnis eines systematischen Ansatzes.

Warum Sie es sich nicht leisten können, unsichtbar zu bleiben

Vielleicht denken Sie jetzt: „Läuft doch bei mir. Ich hab genug zu tun.“

Aber hier ist die Realität: **Sie denken zu klein.**

Es geht nicht nur um Ihren Umsatz. Es geht um etwas Größeres.

Wenn Sie als qualitätsbewusster Anbieter online nicht sichtbar sind, passiert Folgendes: **Ihre potenziellen Kunden finden Sie nicht.** Stattdessen landen sie bei drittklassigen Anbietern – bei denen, die zwar online präsent sind, aber schlechte Arbeit liefern.

Das Ergebnis? Ihre Kunden bekommen mangelhafte Qualität. Sie sind frustriert. Und sie denken: „So sind die halt, die Handwerker“ oder „Dienstleister sind alle gleich unzuverlässig.“

Das wirft ein schlechtes Licht auf Ihre gesamte Branche.

Sie wissen, dass Sie bessere Arbeit liefern. Sie wissen, dass Ihre Kunden zufriedener wären, wenn sie zu Ihnen gekommen wären. Aber sie haben Sie nie gefunden – weil Ihre Website nicht überzeugt.

Es ist Ihre Pflicht als Qualitätsanbieter, sichtbar zu sein.

Nicht nur für sich selbst. Sondern für die Kunden, die gute Arbeit verdienen. Für die Branche, die Sie repräsentieren. Für den Standard, den Sie setzen wollen.

Wenn die Guten sich verstecken, gewinnen die Schlechten.

Was Sie in diesem Leitfaden lernen

In den nächsten Seiten zeige ich Ihnen die 7 Schritte, mit denen Sie Ihre Website vom digitalen Schaufenster zum echten Vertriebskanal umbauen:

01

Webseiten-Struktur

Aufgebaut wie ein Verkaufsgespräch, nicht wie ein Lexikon

02

Textgestaltung

Ihr Kunde ist der Held, nicht Sie

03

Visuelle Elemente

Echte Bilder statt austauschbare Stockfotos

04

Vertrauens-Elemente

Beweise statt Behauptungen

05

Regionaler Bezug

Zeigen, dass Sie um die Ecke sind

06

Mobil-Optimierung

Funktionieren, wo 70% Ihrer Besucher sind

07

Schnelle Ladezeiten

Besucher sehen, bevor sie abspringen

Jeder dieser Schritte baut auf dem vorherigen auf. Zusammen bilden sie das Fundament einer Website, die für Sie arbeitet – statt nur zu existieren.

Lassen Sie uns anfangen.

1

Webseiten-Struktur

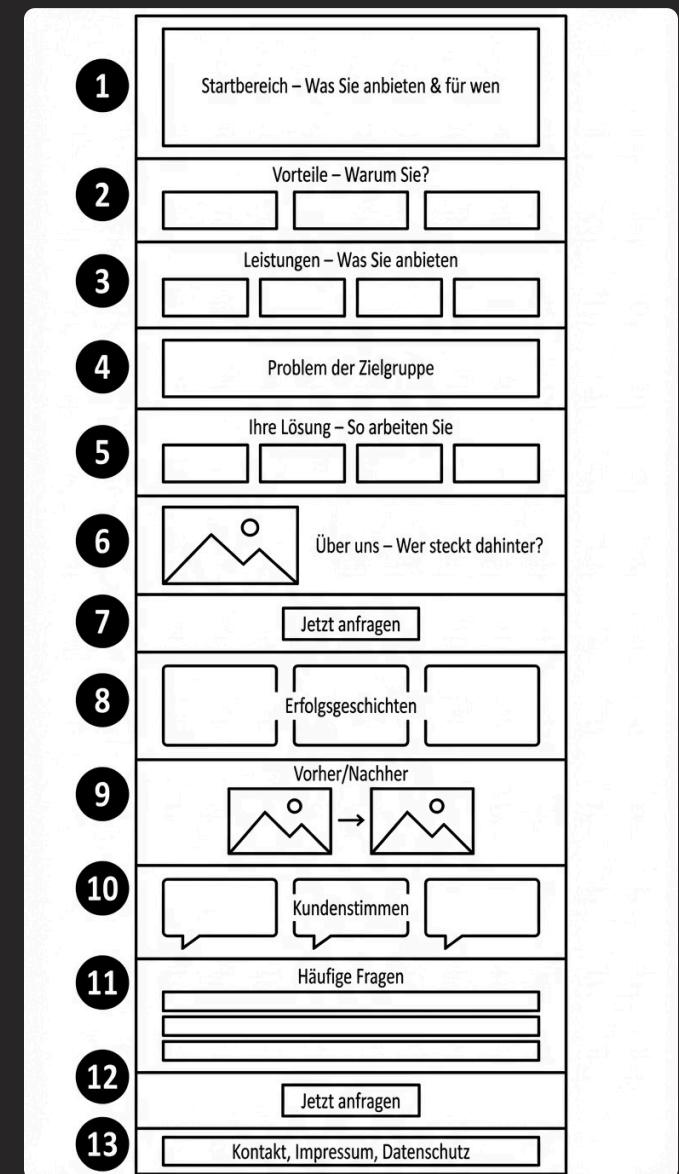
Die meisten Websites sind aufgebaut wie eine Imagebroschüre: Über uns, Leistungen, Kontakt.
Das Problem? Der Besucher muss selbst herausfinden, ob Sie der Richtige für ihn sind.

Eine Website, die verkauft, ist aufgebaut wie ein Verkaufsgespräch – nicht wie ein Lexikon.

Sie führt den Besucher Schritt für Schritt: Erst zeigen Sie, dass Sie sein Problem verstehen. Dann zeigen Sie, dass Sie die Lösung haben. Dann zeigen Sie Beweise. Und am Ende sagen Sie ihm, was er jetzt tun soll.

Jeder Abschnitt hat eine Aufgabe. Nichts ist zufällig.

- Ohne diesen Schritt:** Der Besucher irrt durch Ihre Seite, findet nicht was er sucht – und geht.



2

Textgestaltung

Die meisten Websites schreiben über sich selbst: „Wir sind seit 20 Jahren am Markt. Wir bieten höchste Qualität. Wir sind Ihr zuverlässiger Partner.“

Der Kunde denkt: „Ja, und? Was habe ich davon?“

Ihr Kunde ist der Held – nicht Sie. Sie sind nur der Helfer, der ihm zum Ziel verhilft.

Schreiben Sie nicht über sich. Schreiben Sie über den Kunden: Was ist sein Problem? Was will er erreichen? Wie fühlt er sich, wenn es gelöst ist?

Beispiel Kammerjäger

✗ Falsch (Eigenschaften des Betriebs):

- ✗ Familienbetrieb in dritter Generation
- Tradition seit 1965
- ✗ Wir lieben unseren Job
- Mit Leidenschaft bei der Sache
- ✗ Großer Fuhrpark
- 12 Fahrzeuge im Einsatz

✓ Richtig (Wünsche des Kunden):

-  **Transparente Festpreise**
Faire Preise sind Vertrauenssache
-  **Diskrete Behandlung**
Für Ihr Wohlbefinden und Ihre Privatsphäre
-  **Umweltschonende Verfahren**
Sicher für Familie und Haustiere

- Ohne diesen Schritt:** Das erste spricht an, was der Betrieb ist. Das zweite spricht davon, was der Betrieb ist. Kunden interessiert nicht, wie viele Fahrzeuge Sie haben – sie wollen wissen, was sie davon haben mit Ihnen zu arbeiten.

3

Visuelle Elemente

Viele Websites nutzen Stockfotos von lächelnden Menschen mit Headsets oder leeren Büros. Das Problem? Der Besucher merkt sofort, dass das nicht echt ist. Vertrauen? Verloren.

Menschen kaufen von Menschen – nicht von Websites.

Zeigen Sie echte Bilder: Sie bei der Arbeit. Ihr Team. Ihre Projekte. Vorher/Nachher. Je echter, desto besser.

Ein unscharfes Handyfoto von Ihrer letzten Baustelle überzeugt mehr als ein perfektes Stockfoto.

✗ Falsch



Schädlingsbekämpfung Käfer in Freiburg

Ungeziefer kann jeden treffen – Sie sind **nicht allein!**

Als **IHK-zertifizierte Experten** beseitigen wir Ihren **Schädlingsbefall nachhaltig in Freiburg und ganz Baden** und verwenden dabei **schonende, haustierfreundliche Methoden**.



 **Transparente Festpreise**
Faire Preise sind Vertrauenssache

 **Diskrete Behandlung**
Für Ihr Wohlbefinden und Ihre Privatsphäre

 **Umweltschonende Verfahren**
Sicher für Familie und Haustiere

 Jetzt unverbindlich anrufen

★★★★★ **Sehr Gut Bewertet**
Bereits über **+1000 zufriedene Kunden** in Freiburg und Umgebung

Geprüfter Schädlingsbekämpfer **IHK**

✓ Richtig :



Schädlingsbekämpfung Käfer in Freiburg

Ungeziefer kann jeden treffen – Sie sind **nicht allein!**

Als **IHK-zertifizierte Experten** beseitigen wir Ihren **Schädlingsbefall nachhaltig in Freiburg und ganz Baden** und verwenden dabei **schonende, haustierfreundliche Methoden**.



Oliver Bukwoski
Inhaber Schädlingsbekämpfung Käfer

 **Transparente Festpreise**
Faire Preise sind Vertrauenssache

 **Diskrete Behandlung**
Für Ihr Wohlbefinden und Ihre Privatsphäre

 **Umweltschonende Verfahren**
Sicher für Familie und Haustiere

 Jetzt unverbindlich anrufen

★★★★★ **Sehr Gut Bewertet**
Bereits über **+1000 zufriedene Kunden** in Freiburg und Umgebung

Geprüfter Schädlingsbekämpfer **IHK**

 **Ohne diesen Schritt:** Ihre Website wirkt austauschbar und unpersönlich – wie tausend andere.

4

Vertrauens-Elemente

Der Besucher kennt Sie nicht. Und er wurde schon oft enttäuscht. Warum sollte er ausgerechnet Ihnen glauben?

„Wir sind zuverlässig“ kann jeder schreiben. Das überzeugt niemanden.

Vertrauen entsteht nicht durch Behauptungen – sondern durch Beweise.



Google-Bewertungen

Mit Sternezahl sichtbar machen



Echte Kundenstimmen

Mit Namen und Foto



Zertifikate & Auszeichnungen

Offizielle Bestätigungen



Vorher/Nachher-Bilder

Sichtbare Ergebnisse

Je mehr Beweise, desto weniger muss der Besucher Ihnen „einfach glauben“.

Ohne diesen Schritt: Der Besucher bleibt skeptisch – und fragt lieber woanders an.

5

Regionaler Bezug

Viele Websites könnten von überall sein. Kein Ortsname, keine lokalen Bilder, kein Bezug zur Region. Das Problem? Der Besucher weiß nicht, ob Sie überhaupt in seiner Nähe arbeiten.

Lokale Kunden wollen lokale Anbieter. Sie wollen jemanden, der ihre Stadt kennt, der um die Ecke ist, der schnell da sein kann.

Nennen Sie Ihre Stadt und Region – und zwar oft. Zeigen Sie Projekte aus der Umgebung. Erwähnen Sie Stadtteile, Orte, lokale Besonderheiten.

Schwach

„Ihr Schädlingsbekämpfer“

Stark

„Ihr IHK-zertifizierter Schädlingsbekämpfer aus Freiburg“

Ohne diesen Schritt: Sie verschenken den größten Vorteil, den Sie als lokaler Anbieter haben.

6

Mobil-Optimierung

Über 70% Ihrer Besucher kommen mit dem Handy. Sie suchen unterwegs, auf der Couch, in der Mittagspause.

Und dann? Winzige Schrift. Bereiche, die man nicht anklicken kann. Seiten, auf denen man ewig scrollen muss.

Wenn Ihre Website auf dem Handy nicht funktioniert, existiert sie für die meisten Ihrer Kunden nicht.

Testen Sie Ihre Website selbst – auf Ihrem Handy. Können Sie alles lesen? Können Sie einfach anrufen? Finden Sie schnell, was Sie suchen?

Wenn nicht, verlieren Sie jeden Tag Anfragen.

- **Ohne diesen Schritt:** 70% Ihrer Besucher haben eine schlechte Erfahrung – und sind weg.

7

Klare Handlungsaufforderung

Der Besucher liest Ihre Website. Er scrollt. Er ist interessiert. Und dann? Keine Aufforderung. Kein nächster Schritt. Er weiß nicht, was er jetzt tun soll.

Also geht er wieder.

Sagen Sie dem Besucher genau, was er tun soll. Immer wieder. An jeder wichtigen Stelle.

Jede Sekunde Ladezeit kostet Sie Anfragen. Nicht irgendwann – jetzt, heute, bei jedem Besucher.

So machen Sie es richtig:

- „Jetzt kostenlos Angebot anfordern“ – nicht nur „Kontakt“
- Telefonnummer groß und sichtbar – nicht versteckt im Footer
- Nach jedem Abschnitt eine Aufforderung – nicht nur ganz unten

Ein Besucher, der nicht weiß was er tun soll, tut nichts. Führen Sie ihn – Schritt für Schritt.

Ohne diesen Schritt: Selbst überzeugte Besucher verlassen Ihre Seite, ohne jemals Kontakt aufzunehmen.

Das große Bild

Wenn Sie diese 7 Schritte umsetzen, haben Sie eine Website, die **verkauft** – nicht nur existiert.

Eine Website, die Besucher überzeugt. Die Vertrauen aufbaut. Die aus Interessenten Anfragen macht.

Das ist das Fundament.

Aber hier kommt die Wahrheit:

Ein perfekte Website ohne Besucher ist wie ein 5-Sterne-Restaurant in einer Sackgasse ohne Schild.

Die 7 Schritte sorgen dafür, dass Besucher, die auf Ihre Website kommen, auch zu Anfragen werden. Aber woher kommen diese Besucher?

Die nächsten Fragen, die sich stellen:

- Wie finden die richtigen Menschen Ihre Website?
- Wie werden Sie in Ihrer Region sichtbar?
- Wie sorgen Sie dafür, dass ein konstanter Strom an Besuchern auf Ihre Seite kommt?

Das sind die Fragen, die den Unterschied machen zwischen „etwas besser“ und „echter Durchbruch“.

Die Website ist der erste Baustein.

Ohne sie verpufft jede Werbung, jede Empfehlung, jeder Klick. Besucher kommen – und gehen wieder.

Mit ihr wird jeder Besucher zur Chance. Jeder Klick kann zur Anfrage werden.

Aber um wirklich planbar Anfragen zu generieren, brauchen Sie beides: Eine Website, die überzeugt. Und Besucher, die sie finden.

Genau dabei helfen wir Ihnen.

Was andere Betriebe mit diesen Schritten erreicht haben

Stuttgarter Parkett

Das Problem:

Die Website sah nicht professionell aus und generierte keine Anfragen. Neue Kunden kamen nur über teure Vermittlungsportale. Hohe Provisionen bei jedem Auftrag fraßen die Marge auf.

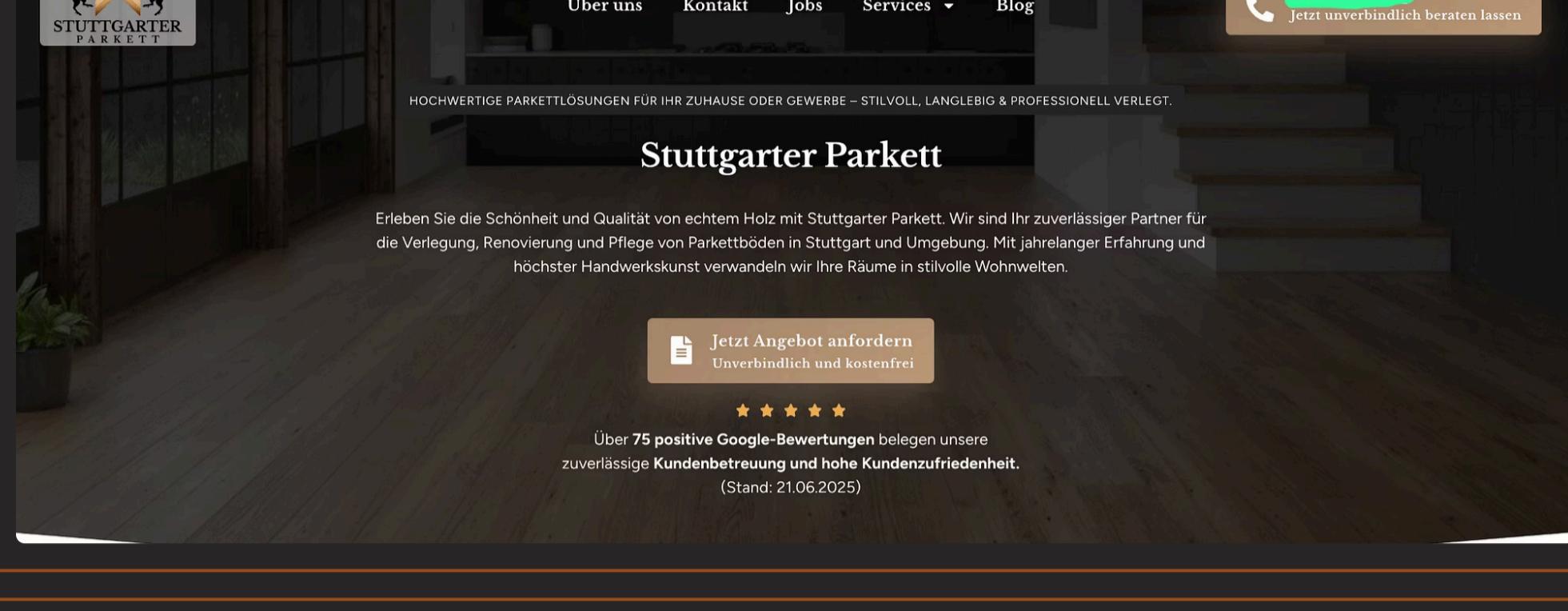
Was wir festgestellt haben:

Die Website hatte keinen klaren Aufbau, keine Aufforderungen zur Kontaktaufnahme und keine Elemente, die Vertrauen aufbauen. Besucher kamen – und gingen wieder, ohne Kontakt aufzunehmen.

Das Ergebnis:

Nach dem Umbau generiert die Website heute eigenständig Anfragen. **Konstant 50.000€ mehr Umsatz pro Monat** – ohne Provisionen an Vermittlungsportale.

1



The website features a dark wood floor background. The navigation menu includes 'Über uns', 'Kontakt', 'Jobs', 'Services', and 'Blog'. A prominent button at the bottom left says 'Jetzt Angebot anfordern' (Request offer now). Below the button, a testimonial reads: 'Über 75 positive Google-Bewertungen belegen unsere zuverlässige Kundenbetreuung und hohe Kundenzufriedenheit. (Stand: 21.06.2025)'.

Schädlingsbekämpfung Käfer

Das Problem:

Neugründung ohne bestehende Kundenbasis. Die Website war online, aber niemand fand sie. Keine Besucher, keine Anfragen, kein Wachstum.

Was wir festgestellt haben:

Eine Website allein reicht nicht. Ohne die richtigen Elemente – klare Positionierung, Vertrauensaufbau, Aufforderungen zur Kontaktaufnahme – bleibt sie unsichtbar und wirkungslos.

Das Ergebnis:

Die Website wurde zum Hauptkanal für Neukundenanfragen. **200.000€ mehr Umsatz im Jahr.**

2



The website has a background image of a city street. The navigation menu includes 'Startseite', 'Über uns', 'Leistungen', 'Kontakt', and a 'WhatsApp-Chat' button. A testimonial from 'Oliver Bukwoski' is displayed, stating: 'Als IHK-zertifizierte Experten beseitigen wir Ihren Schädlingsbefall nachhaltig in Freiburg und ganz Baden und verwenden dabei schonende, haustierfreundliche Methoden.' A list of benefits follows: 'Transparente Festpreise', 'Diskrete Behandlung', and 'Umweltschonende Verfahren'. A testimonial at the bottom right reads: 'Sehr Gut Bewertet' (Highly Recommended) with a note: 'Bereits über +1000 zufriedene Kunden in Freiburg und Umgebung'.

Heid Immobilien GmbH

Das Problem:

30 Jahre Erfahrung, aber die Website spiegelte das nicht wider. Besucher verstanden nicht, warum sie ausgerechnet diesen Makler wählen sollten. Neue Kunden kamen nur über teure Leadportale – 750€ pro Anfrage.

Was wir festgestellt haben:

Die Website kommunizierte keine Alleinstellung und bot keinen Grund, Kontakt aufzunehmen. Besucher verglichen nur den Preis – und gingen zur Konkurrenz.

Das Ergebnis:

Neukundenanfragen direkt über die Website, ohne teure Leadkosten. Zusätzlich Reaktivierung von Bestandskunden durch gestärkte Online-Präsenz.

3



The website has a background image of a city street. The navigation menu includes a logo for 'Capital' magazine, 'HEID IMMOBILIEN', and a 'Jetzt kostenfreie Marktwerteralyse starten' button. A testimonial from 'Capital' magazine reads: 'Top-Makler Freiburg' and 'Hochstehende für Heid Immobilien'. A list of benefits follows: 'Seit 1994 in Freiburg tätig', 'Kostenfrei Erstbewertung', and 'Persönliche Betreuung'. A testimonial at the bottom right reads: 'Sehr Gut Bewertet auf Google: 4,9/5 Sterne'.



Wer diesen Leitfaden erstellt hat

Luca Gloderer – Inhaber PSTUDIO

Seit 5 Jahren arbeite ich mit lokalen Betrieben an ihrer Online-Präsenz.

Was ich dabei immer wieder sehe: Es ist selten fehlendes Budget oder mangelnde Qualität, die Betriebe zurückhält. Es sind fehlendes Wissen und die falschen Ratschläge von Leuten, die lokale Betriebe nicht verstehen.

Deshalb habe ich diesen Leitfaden erstellt – um Ihnen einen klaren Fahrplan zu geben, ohne das übliche Marketing-Blabla.

Aber die 7 Schritte sind nur der Anfang.

Eine Website, die überzeugt, ist das Fundament. Aber was bringt das beste Fundament, wenn niemand es sieht?

Die nächste Frage ist: Wie bekommen Sie die richtigen Besucher auf Ihre Website? Menschen aus Ihrer Region, die genau jetzt nach Ihrer Leistung suchen. Die bereit sind zu kaufen – und nur noch den richtigen Anbieter finden müssen.

Genau das zeigen wir Ihnen im Gespräch.

Sie haben zwei Möglichkeiten:

Möglichkeit 1:

Weitermachen wie bisher und hoffen, dass sich etwas ändert.

Möglichkeit 2:

In einem kostenfreien Gespräch herausfinden, was Ihre Website konkret zurückhält – und wie Sie einen konstanten Strom an lokalen Interessenten auf Ihre Seite bekommen.

Fordern Sie jetzt Ihre kostenfreie Marketing-Analyse an.

Wir schauen uns Ihre Website und lokales Marketing an und zeigen Ihnen:

- Welche der 7 Schritte bei Ihnen fehlen
- Was Sie als Erstes ändern sollten
- Wie Sie lokale Kunden, die aktiv nach Ihrer Leistung suchen, auf Ihre Website bringen

Die Analyse ist kostenfrei. Das Einzige, was Sie investieren, ist Ihre Zeit.

[Jetzt kostenfrei Marketing-Analyse anfordern](#)