Der Scroll-Test für Ihre Website

15 Sekunden. Was bleibt hängen?



Sie brauchen: ein Smartphone, einen Timer und diesen Bogen · Dauer: ca. 30 Minuten

VORAB

Was hat zum Klick geführt?

Über welchen Weg kommen Menschen meist auf Ihre Startseite: Google, Empfehlung, Social Media, Anzeige? Und welches Versprechen sollen sie dort wiederfinden?

1 Beobachten

Öffnen Sie Ihre Startseite auf dem **Smartphone**. Stellen Sie den Timer auf **15 Sekunden** und scrollen Sie so durch die Seite, als würden Sie sie zum ersten Mal sehen. Nicht genau lesen. Nicht anhalten. Und vor allem: die Seite nicht schon in Gedanken überarbeiten.

2 Verstehen

Legen Sie das Smartphone weg und schreiben Sie auf, was hängen geblieben ist, **ohne noch einmal nachzusehen**. Ein Satz? Ein Bild? Eine Leistung? Ein Button? Notieren Sie daneben, was hängen bleiben *soll*.

SOLL HÄNGEN BLEIBEN

IST HÄNGEN GEBLIEBEN

Beantwortet Ihre Startseite nach 15 Sekunden die drei Fragen?

	klar	teilweise	nicht
Bin ich hier richtig? Passt das Angebot zu meinem Anliegen?	☐	☐	☐
Was bekomme ich hier? Was wird konkret angeboten?	☐	☐	☐
Was soll ich jetzt tun? Anrufen, schreiben, weiterlesen, herunterladen?	☐	☐	☐

3 Perspektive wechseln

Sie kennen Ihre Website zu gut, um sie neutral zu sehen. Bitten Sie jemanden, der die Seite möglichst wenig kennt, idealerweise eine Person aus Ihrer Zielgruppe, denselben Test zu machen. Wieder 15 Sekunden. Danach fragen Sie: **„Was ist hängen geblieben?“** Helfen Sie nicht und erklären Sie nichts.

WER HAT GETESTET?

WAS IST BEI DER PERSON HÄNGEN GEBLIEBEN?

	klar	teilweise	nicht
Bin ich hier richtig? Passt das Angebot zu meinem Anliegen?	☐	☐	☐
Was bekomme ich hier? Was wird konkret angeboten?	☐	☐	☐
Was soll ich jetzt tun? Anrufen, schreiben, weiterlesen, herunterladen?	☐	☐	☐

OPTIONAL: EINEN SCHRITT WEITER

Der Aufgaben-Test

Geben Sie der Person eine konkrete Aufgabe, zum Beispiel: „Finden Sie Informationen zu Leistung X.“ Jetzt läuft kein Timer. Beobachten Sie, welchen Weg sie nimmt und wo sie sucht.

AUFGABE

ERGEBNIS

☐ direkt gefunden ☐ mit Umwegen gefunden ☐ nicht gefunden

WIE LEICHT WAR ES? (ANTWORT DER PERSON)

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 1 = sehr leicht, 5 = sehr schwer

WO HAT DIE PERSON GESUCHT ODER GEZÖGERT?

4 Ableiten

Legen Sie beide Ergebnisse nebeneinander: Was *sollte* hängen bleiben, und was ist *tatsächlich* hängen geblieben? **Die Lücke dazwischen ist Ihre Aufgabenliste.**

Was fehlt? Was ist unklar? Was stört?

Checkliste: typische Stolpersteine

Diese Punkte begegnen mir bei Website-Checks immer wieder. Gehen Sie Ihre Startseite damit durch.

	trifft nicht zu	prüfen
Unklare Botschaft Nach den ersten Sekunden bleibt offen, was angeboten wird und für wen.	☐	☐
Zu früh über sich selbst sprechen Erst muss klar sein, ob das Angebot relevant ist, dann zählt, wer dahintersteht.	☐	☐
Zu viele gleichwertige Möglichkeiten Leistungen, Botschaften und Buttons konkurrieren gleichzeitig um Aufmerksamkeit.	☐	☐
Bilder ohne Aufgabe Das Bild sieht gut aus, unterstützt aber weder Angebot noch Arbeitsweise noch Person.	☐	☐
Unklare Wege Was ist klickbar? Wo finde ich mehr? Wie nehme ich Kontakt auf?	☐	☐
Kein erkennbarer nächster Schritt Auch wer überzeugt ist, weiß nicht, wie es weitergeht.	☐	☐

Kurzcheck: Was ich auf meiner eigenen Website gefunden habe

Bei der Überarbeitung von klar-vernetzt.de bin ich über diese sieben Punkte gestolpert. Haken Sie ab, was bei Ihnen stimmt.

- ☐ Alle Buttons führen zum richtigen Ziel
- ☐ Jede Leistung heißt überall gleich
- ☐ KI-generierte Inhalte sind gekennzeichnet
- ☐ Alle Leistungen sind auf der Website zu finden
- ☐ Slugs sagen, was auf der Seite steht
- ☐ Bilder zeigen Angebot, Arbeitsweise oder Person
- ☐ Nirgends steht noch Platzhaltertext

Womit anfangen?

1 Die ersten 15 Sekunden
Startseite oben und direkt darunter

2 Der Weg zum Kontakt
Buttons, Links, nächster Schritt

3 Bezeichnungen und Struktur
Einheitliche Namen, alle Leistungen

4 Die Unterseiten
Texte, Bilder und Slugs Seite für Seite

MEINE DREI NÄCHSTEN SCHRITTE

1.
2.
3.

Sie möchten einen zweiten Blick von außen?

Ich schaue mir Ihre Website aus Sicht Ihrer Zielgruppe an: Was wird sofort klar? Wo entstehen Fragezeichen? Was sollten Sie zuerst verbessern? Im kostenlosen Erstgespräch sprechen wir darüber.

#klar vernetzt

Michaela Biedenkopf · klar-vernetzt.de