

Muster Antriebstechnik GmbH

Neue Unternehmenswebsite

Anforderungen an die neue Website als Grundlage für Angebote. Version 1.0.

Fiktives Beispiel von marschfahrt.de. Alle Namen, Zahlen und Daten sind erfunden.

Version	1.0
Stand	15.12.2026
Verantwortlich	Leitung Marketing
Angebote bis	31.01.2027

1 Projektüberblick

In fünf Sätzen: Wer seid ihr, warum braucht ihr eine neue Website, was soll sie danach besser können? Wer im Unternehmen entscheidet?

Unternehmen Name, Branche, Größe, Märkte	Muster Antriebstechnik GmbH, Hersteller von Getriebemotoren, 240 Beschäftigte, Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Benelux-Ländern
Anlass Was ist heute das Problem?	Die Website stammt von 2017, Page-Builder und Theme werden nicht mehr gepflegt. Datenblätter sind schwer zu finden, über das Kontaktformular kommen kaum verwertbare Anfragen.
Projektverantwortung Rollen statt Namen, wer gibt frei	Projektleitung: Leitung Marketing. Fachlich beteiligt: Vertrieb Innendienst, IT, Personal. Freigabe von Budget und Ergebnis: Geschäftsführung.
Art des Projekts Neubau, Relaunch, Erweiterung	Relaunch mit neuem Design, neuem System und neuer Struktur, gleiche Domain

2 Ausgangslage (Ist-Zustand)

Zahlen statt Eindrücke. Die Agentur kann nur kalkulieren, was sie zählen kann. Exporte aus Search Console und Analyse-Werkzeug als Anlage beilegen.

Domain und System Domains, CMS, Hosting	muster-antrieb.de und muster-antrieb.com (leitet weiter), WordPress mit Page-Builder, Hosting bei einem deutschen Anbieter
Umfang Seiten, Dateien, Sprachen	rund 340 Seiten, 120 PDF-Datenblätter, Deutsch und Englisch
Nutzung Besuche, wichtigste Seiten, Anfragen	rund 9.000 Besuche im Monat laut Analysewerkzeug, Seiten mit den meisten Google-Klicks siehe Anlage A, 12 Formular-Anfragen im Monat
Bekannte Probleme Was stört Kunden und euch?	Datenblätter nur über die Suche auffindbar, Formular auf dem Handy kaum bedienbar, Stellenanzeigen werden doppelt gepflegt

3 Ziele und Erfolgskriterien

Jedes Ziel braucht eine Zahl und einen Zeitpunkt. „Modern“ oder „innovativ“ ist kein Ziel, weil niemand es prüfen kann.

Ziel	Messgröße	Ausgangswert	Zielwert
Mehr verwertbare Anfragen	Formular-Anfragen pro Monat	12	25 nach 6 Monaten
Datenblätter schneller finden	Klicks von der Startseite zum Datenblatt	4 bis 6	höchstens 2
Schnell auf dem Handy	Core Web Vitals in der Search Console	„Optimierung erforderlich“	„Gut“, sobald genug Daten vorliegen

4 Zielgruppen und ihre Aufgaben

Nicht „Kunden“, sondern wer genau mit welcher Aufgabe kommt. Daraus ergeben sich Struktur und Funktionen.

Zielgruppe	Kommt mit dieser Aufgabe	Braucht dafür
Konstrukteure	passenden Getriebemotor auswählen	Filter nach Leistung und Drehmoment, CAD-Daten, Datenblatt
Einkauf	Lieferant prüfen, Angebot anfragen	Zertifikate, Ansprechpartner, Anfrageformular
Bestandskunden	Ersatzteil bestellen	Ersatzteilanfrage mit Seriennummer
Bewerber	offene Stellen finden und sich bewerben	Stellenliste, Bewerbung in wenigen Schritten

5 Struktur, Inhalte und Sprachen

Seitentypen mit Anzahl. Und vor allem: Wer liefert Texte, Bilder und Übersetzungen bis wann? Ohne diese Angabe bleibt offen, wer liefert, und genau daran hängen Termine.

Seitentyp	Anzahl	Inhalte liefert	Sprachen
Produktgruppe	8	Produktmanagement	DE, EN
Produktseite	rund 60	Export aus dem PIM, Agentur übernimmt	DE, EN
Branchenseite	6	Marketing, Texte bis Kalenderwoche 8	DE, EN
Referenz	15	Vertrieb liefert Fotos und Freigaben	DE
Stellenanzeige	laufend	aus dem Bewerbermanagement-System	DE

6 Funktionale Anforderungen

Was die Website können muss, nicht wie es gebaut wird. Jede Anforderung bekommt eine Priorität (Muss, Soll, Kann, Diesmal nicht) und ein Kriterium, an dem ihr bei der Abnahme prüft.

Nr.	Anforderung	Priorität	Abnahme: geprüft durch
F1	Produkte lassen sich nach Leistung, Drehmoment und Baugröße filtern.	Muss	Test mit 5 typischen Suchen aus dem Vertrieb
F2	Jedes Datenblatt ist von seiner Produktseite mit einem Klick herunterladbar.	Muss	Stichprobe von 20 Produkten
F3	Anfragen aus dem Formular landen mit Produkt und Seite im CRM.	Muss	Testanfrage erscheint vollständig im CRM
F4	Stellenanzeigen werden aus dem Bewerbermanagement übernommen.	Soll	neue Stelle erscheint innerhalb von 24 Stunden
F5	Händlerkarte mit Suche nach Postleitzahl	Kann	Suche nach drei Postleitzahlen
F6	Kundenportal mit Login	Diesmal nicht	nicht Teil dieses Projekts

7 Qualität, Recht und Betrieb

Die Anforderungen, die man nicht sieht, aber merkt. Auch hier gilt: messbar formulieren und sagen, wie geprüft wird.

Bereich	Anforderung	Prüfung bei der Abnahme
Ladezeit	im Labortest mobil LCP höchstens 2,5 s und CLS höchstens 0,1; nach dem Livegang Core Web Vitals „Gut“	Lighthouse für 10 Vorlagen-Seiten vor der Abnahme, Search Console 8 Wochen danach
Barrierefreiheit	erfüllt WCAG 2.1 Stufe AA, wie in EN 301 549 gefordert, Formulare per Tastatur bedienbar	Prüfbericht eines unabhängigen Prüfers
Datenschutz	Einwilligung vor Tracking, Liste aller Dienste, Verträge zur Auftragsverarbeitung	Prüfung im Browser: keine Anfrage an Tracking-Dienste vor der Einwilligung
Pflege	drei Redakteure pflegen Inhalte ohne Programmierkenntnisse, Rollen und Rechte	Schulung, danach legt jede Person selbst eine Seite an
Betrieb	Hosting in der EU, tägliche Sicherung, Updates, Verfügbarkeit 99,5 Prozent	Vertrag zu Hosting und Wartung mit Reaktionszeiten
Übergabe	Zugänge und Dokumentation; ausschließliche, unbeschränkte Nutzungsrechte mit Recht zur Bearbeitung an den individuell erstellten Teilen	Übergabeprotokoll

8 Relaunch: SEO und Weiterleitungen

Pflichtkapitel bei jedem Relaunch. Google empfiehlt eine Zuordnung aller alten Adressen zu neuen, dauerhafte Weiterleitungen und diese mindestens ein Jahr zu behalten.

Alte Adressen Liste aller URLs inklusive PDFs und Bilder	Anlage B: Export aller 340 Seiten und 120 PDFs aus Sitemap und Search Console
---	--

Zuordnung Wer erstellt die Tabelle alt nach neu?	Agentur erstellt, Marketing gibt frei
---	---------------------------------------

Weiterleitungen Art und Dauer	serverseitig mit 301, ohne Ketten, mindestens 12 Monate; gelöschte Inhalte liefern 410
---	---

Testsystem Schutz vor Indexierung	Passwortschutz, wird nicht von Google gefunden
---	--

Nach dem Livegang Beobachtung	Search Console, Fehlerberichte 8 Wochen lang wöchentlich prüfen
---	---

9 Rahmen: Budget, Zeitplan, Angebot

Ein Budgetrahmen ist keine Schwäche, sondern macht Angebote vergleichbar. Sagt, bis wann ihr was braucht, was das Angebot enthalten soll und wie ihr auswählt.

Budgetrahmen Spanne netto, was enthalten ist	40.000 bis 55.000 Euro netto für Konzept, Design und Umsetzung; Hosting und Wartung separat
---	--

Zeitplan Feste Termine	Auftrag im Januar, Livegang vor der Fachmesse Anfang Juni
----------------------------------	---

Angebot enthält Damit Angebote vergleichbar sind	Aufwand je Kapitel, Team, zwei vergleichbare Referenzen, laufende Kosten pro Jahr
---	--

Auswahl Gewichtung offenlegen	Preis 40 Prozent, Konzept 30, Team und Referenzen 20, Zeitplan 10
---	---

Nicht im Umfang Was ausdrücklich nicht dazugehört	Kundenportal, Übersetzung in weitere Sprachen, Fotografie
--	---

10 Anlagen

Anlage A	Die Seiten mit den meisten Klicks aus der Google-Suche, letzte 12 Monate (Export Search Console)
-----------------	--

Anlage B	Liste aller bestehenden Adressen inklusive PDFs
-----------------	---

Anlage C	Corporate-Design-Handbuch
-----------------	---------------------------
