

BYTEWEB · MADE FOR DACH-COACHES · 2026

Bringt deine Coach-Website Klienten?

Eine ehrliche 10-Punkte-Diagnose.

Score deine Coach-Website in 10 Minuten — und finde heraus, an welchen Stellen sie dir Erstgespräche kostet.

Was du gleich lernst

Du baust deine Coach-Praxis auf. Du hast eine Website. Und trotzdem bleibt der Stuhl leerer als er sein sollte.

Wir hören eine Variation von *"Meine Website sieht ganz nett aus, aber sie bringt keine Anfragen"* jede Woche. Manchmal ist es eine Designentscheidung. Häufiger ist es eine Strategieentscheidung. Fast immer ist es eine Mischung.

Diese Diagnose geht 10 Punkte durch, an denen sich entscheidet, ob deine Coach-Website Erstgespräche bringt — oder Besucher abprallen lässt. Pro Punkt: was zu prüfen ist, wie "gut" aussieht, wie "schlecht" aussieht, und warum es zählt.

Am Ende score dich selbst. Die Zahl ist ehrlich — und sie sagt dir, wo du anfangen solltest.

Du brauchst etwa 10 Minuten. Hol dir die Site, die du hast, in einem zweiten Tab. Los geht's.

Wie du diese Diagnose nutzt

Drei Regeln:

1. Sei ehrlich.

Notiere "✓" nur, wenn die Antwort ein klares Ja ist. Halb-erfüllte Punkte zählen wir als verfehlt — weil sie auf einer echten Coach-Website auch nicht halbe Resultate produzieren.

2. Notiere Beispiele.

Wo siehst du den Punkt erfüllt? Wo nicht? Konkret macht die Verbesserung später leichter.

3. Score erst am Ende.

Nicht zwischendurch hochrechnen. Erst alle 10 Punkte durchgehen, dann zählen.

Wenn du fertig bist, schauen wir gemeinsam, was deine Score bedeutet und was die nächsten Schritte sind.

Klarheit über deine Nische in 3 Sekunden

Die Frage

Erkennt ein Besucher in den ersten 3 Sekunden, welche Art von Coach du bist und für wen du arbeitest?

Warum es zählt

Coach ist kein geschützter Begriff. Ein Besucher, der "Business Coach München" gesucht hat, will in der ersten Sekunde sehen: "Ja, das hier ist eine Business-Coach-Praxis in München." Wenn er erst scrollen muss, um zu verstehen ob du Life-Coach, Systemischer Coach oder Karriere-Berater bist, hat er deine Konkurrenz schon geöffnet.

So sieht GUT aus

Im Header oder Hero: deine spezifische Nische + Zielgruppe + ggf. Stadt.

"Systemisches Coaching für Führungskräfte in der IT — Berlin und Remote"

"Business-Coach für Solo-Selbständige in der DACH-Region"

So sieht SCHLECHT aus

"Coach & Mentor" — zu generisch

"Ich begleite Menschen auf ihrem Weg" — welche Menschen? Welcher Weg?"

Selbsttest

Öffne deine Website. Scroll nicht. Klick nichts. Zähl 3 Sekunden. Wenn du nicht in zwei Schlagworten erklären kannst, was du anbietest und für wen — Punkt verfehlt.

✓ erfüllt × verfehlt

Ein primärer, direkt erreichbarer CTA

Die Frage

Gibt es eine eindeutige Handlungsaufforderung, die ein Interessent ohne zu scrollen sehen und klicken kann?

Warum es zählt

Die meisten Coach-Websites haben 3 bis 5 konkurrierende CTAs ("Über mich", "Newsletter", "Erstgespräch", "Blog lesen", "Webinar"). Jeder zusätzliche CTA halbiert die Conversion. Klare Seiten haben einen primären CTA, alles andere ist sekundär oder versteckt.

So sieht **GUT** aus

Ein klarer primärer CTA-Button im Hero, oben rechts, und im Footer. Beispiele:

"Kostenloses Erstgespräch buchen"

"15-Min-Klärungsgespräch"

Sekundäre CTAs ("Über mich", "Blog") sind im Navigations-Menü, nicht als Button.

So sieht **SCHLECHT** aus

Zwei oder drei Buttons in gleicher Größe im Hero — der Besucher muss entscheiden, du verlierst.

"Mehr erfahren" als CTA — vage Handlung, keine klare Erwartung.

CTA nur im Footer — Besucher kommen nie dahin.

Selbsttest

Lade deine Site und zähle, wie viele klickbare Calls-to-Action auf dem ersten Bildschirm sichtbar sind. Mehr als zwei? Punkt verfehlt.

Ein konkretes Resultat in der ersten Sektion

Die Frage

Verspricht deine Site oben ein klares, konkretes Ergebnis — oder beschreibt sie deine Methodologie?

Warum es zählt

Klienten kaufen Resultate, nicht Methoden. Wenn du oben über "ressourcenorientiertes Coaching" und "systemische Aufstellung" sprichst, lädt sich der Besucher die nächste Site. Wenn du oben über "Mehr Klarheit für Selbstständige nach 3 Sessions" sprichst, bleibt er.

So sieht **GUT** aus

"Mehr Buchungen für selbstständige Therapeutinnen — in 8 Wochen messbar mehr."

"Vom Burnout zurück zur Leistungsfähigkeit, ohne das Tempo zu verlieren — in 12 Sitzungen."

Konkrete Kundenstimmen, die ein Resultat nennen — auch wenn anonymisiert: *"Nach 3 Sessions hatte ich endlich einen Plan für mein Pricing."*

So sieht **SCHLECHT** aus

"Ich begleite dich mit systemischen Aufstellungen, NLP und integrativer Methodik."

"Mein Ansatz ist ganzheitlich und individuell."

Methodologie ohne Aussage darüber, was Klienten am Ende anders machen.

Selbsttest

Was steht in den ersten 100 Wörtern deiner Site? Methodik (Methode 1, Methode 2, Methode 3)? Oder Resultat (was wird der Klient nach 3 Sessions anders machen)?

Persönlichkeit statt Hochglanz

Die Frage

Wirkt deine Site wie ein Hochglanz-Stock-Image-Festival — oder wie ein echter Mensch mit Haltung?

Warum es zählt

Coaching ist eine intime Beziehungsdienstleistung. Klienten kaufen den Coach, nicht das Coaching-Programm. Wenn deine Bilder Stock-Stock-Stock sind, signalisierst du Austauschbarkeit. Wenn dein "Über mich"-Text wie eine LinkedIn-Bio klingt, gehst du in der Masse unter.

So sieht **GUT** aus

Mindestens ein echtes Foto von dir, möglichst nicht-posiert — im Gespräch, am Schreibtisch, im Coaching-Raum.

"Über mich" mit konkreten Details: was du vor dem Coaching gemacht hast, was du an deiner Arbeit liebst, was dich nervt.

Ton wie du auch in der ersten Session sprichst, nicht wie auf einer Konferenz-Bio.

So sieht **SCHLECHT** aus

Stock-Bild "lächelnde Frau am Laptop"

"Mit 15 Jahren Erfahrung im Personal Coaching..." als Anfang

Keine Information über dich als Mensch außer Titel und Methoden

Selbsttest

Würde jemand der dich kennt, deine Site sehen und sagen "Ja, das ist Anna"? Oder eher "Das könnte jeder sein"?

✓ erfüllt × verfehlt

Mindestens ein echtes Kundenzitat mit Namen

Die Frage

Hast du mindestens eine namentlich genannte Kundenstimme mit konkretem Resultat?

Warum es zählt

"Anonyme Kundin aus München" zählt nicht. "Coach S., 42, Berlin" zählt nicht. Was zählt: Vorname + Beruf + Stadt + konkretes Resultat. Ohne Namen wirken Testimonials erfunden — auch wenn sie es nicht sind.

So sieht GUT aus

"Nach 4 Sessions hatte ich meine neue Selbstständigkeit klar positioniert — und meinen ersten zahlenden Kunden in der Pipeline."

— Anna B., Texterin, München

Idealerweise: Foto + LinkedIn-Link.

So sieht SCHLECHT aus

"Tolle Arbeit, sehr empfehlenswert!"

— M.K., Coach

Keine Testimonials überhaupt.

Generische Zitate über die Methode ohne konkretes Resultat.

Selbsttest

Klicke auf deine Testimonials-Sektion. Sind die Namen ausgeschrieben? Gibt es konkrete Resultate? Kann ein Besucher die Person über LinkedIn finden?

Tipp: Wenn du noch keine Testimonials hast — frag deine letzten 3 Klienten direkt nach einem 2-Satz-Zitat plus Erlaubnis, ihren Namen zu nennen. 80% sagen ja, wenn du höflich fragst.

Klare Beschreibung, was ein Erstgespräch IST

Die Frage

Versteht ein Interessent vor dem Klick auf "Erstgespräch buchen", was passiert?

Warum es zählt

Buchungs-Angst ist real. "Erstgespräch" ist ein Fachbegriff, der vieles bedeuten kann: 15 Min am Telefon, 60 Min im Büro, kostenlos oder bezahlt, mit Verkaufspitch oder ohne. Wenn du nicht klärst, was du meinst, klickt der Interessent nicht — oder er klickt und ist enttäuscht.

So sieht GUT aus

Eine kleine Sektion (oder Tooltip) bei jedem CTA:

"Erstgespräch = 30 Min, kostenlos, telefonisch oder per Zoom. Wir klären deine Situation, ich erkläre wie ich arbeite, du entscheidest danach in Ruhe."

So sieht SCHLECHT aus

Nur ein Button "Erstgespräch buchen" — keine Beschreibung.

Vage Formulierung: "Kennenlernen und Beratung".

Selbsttest

Wenn ein Besucher auf den CTA klickt — weiß er, was er für eine Verpflichtung eingeht? Wie lange? Kostenlos? Wie der nächste Schritt aussieht?

✓ erfüllt × verfehlt

Auffindbar bei Google für deine Nische + Stadt

Die Frage

Wirst du auf Google gefunden für "[Deine Nische] + [Deine Stadt]"?

Warum es zählt

Wenn jemand "Business Coach München" googelt, willst du auf Seite 1. Wenn du auf Seite 3 stehst, gibt's dich faktisch nicht für diesen Klienten. Saubere SEO-Grundlagen sind nicht magisch — sie sind aber unverzichtbar.

So sieht GUT aus

- Page-Title enthält Nische + Stadt: *"Business Coach München — Anna B."*
- Meta Description ist eigens für die Seite geschrieben, nicht generisch
- H1 enthält die Nische
- Schema.org Markup (LocalBusiness oder ProfessionalService) eingebaut

So sieht SCHLECHT aus

- Page-Title: *"Home — Anna B. Coaching"* (kein Keyword, kein Ort)
- Meta Description fehlt oder ist auf jeder Seite identisch
- H1: *"Willkommen auf meiner Website"*

Selbsttest

Google "[deine spezifische Nische] + [deine Stadt]" in einem privaten Tab. Bist du auf Seite 1? Position 1–5? Wenn nein, hast du SEO-Grundlagen zu erledigen.

✓ erfüllt × verfehlt

Mobile-First und schnell

Die Frage

Lädt deine Site auf Mobile in unter 3 Sekunden und sieht sie dort gut aus?

Warum es zählt

60–70% deiner Besucher sind auf dem Handy. Wenn deine Site dort langsam ist oder Layouts brechen, hast du sie verloren — egal wie schön sie auf dem Desktop ist. Google bestraft langsame Sites zusätzlich im Ranking.

So sieht **GUT** aus

- Mobile-Layout zuerst gedacht, nicht "Desktop verkleinert"
- Ladezeit auf Mobile unter 3 Sekunden (Google PageSpeed Test)
- Lighthouse-Score 90+ in allen vier Kategorien

So sieht **SCHLECHT** aus

- Text auf Mobile zu klein zum Lesen
- Buttons zu klein zum Tippen mit dem Daumen
- WordPress mit 30+ Plugins → 8 Sekunden Ladezeit

Selbsttest

Öffne deine Site auf deinem Handy mit mobiler Datenverbindung (nicht WLAN). Fühlt es sich schnell an? Brauchst du dazwischen einen zweiten Schluck Kaffee?

✓ erfüllt × verfehlt

DSGVO + TTDSG sauber aufgesetzt

Die Frage

Sind Impressum, Datenschutzerklärung, Cookie-Consent und alle Tracker rechtssicher konfiguriert?

Warum es zählt

Abmahnungen wegen fehlerhafter DSGVO-Umsetzung sind in Deutschland Routine geworden. Mehrere tausend Euro Strafe für einen falsch gesetzten Google-Font-Aufruf ist nicht ausgedacht — das passiert. Und das Thema wird 2026 nicht kleiner.

So sieht **GUT** aus

- Impressum erreichbar, vollständig, korrekte Angaben
- Datenschutzerklärung passend zu allen tatsächlich genutzten Tools
- Cookie-Banner nur wenn Cookies gesetzt werden (TTDSG)
- Externe Schriften (Google Fonts) lokal eingebunden oder Consent-gated
- Kein Tracking vor explizitem Consent

So sieht **SCHLECHT** aus

- Standard-Impressum-Generator-Text mit Lücken
- Datenschutz erwähnt Tools, die du nicht nutzt (Copy-Paste-Bonus)
- Google Fonts lädt vor Consent
- Facebook Pixel feuert ohne Consent-Banner

Selbsttest

Öffne deine Site im Inkognito-Modus. Welche externen Verbindungen werden VOR jedem Klick aufgebaut? Wenn Google Fonts oder ein Tracker dabei ist — Punkt verfehlt.

✓ erfüllt × verfehlt

Mehrsprachig – wenn du international arbeitest

Die Frage

Wenn du auch englischsprachige Klienten betreust — kann deine Website sie professionell empfangen?

Warum es zählt

Viele Coaches arbeiten zweisprachig (DACH + Expats, oder DACH + International Business). Eine Seite, die nur DE oder nur EN hat, verliert 30–50% der potentiellen Klienten. Wichtiger: hreflang-Tags müssen sauber gesetzt sein, sonst rankt Google die falsche Sprachversion in der falschen Region.

So sieht **GUT** aus

- DE und EN als gleichberechtigte Sprachen
- hreflang-Tags korrekt gesetzt (`hreflang="de"`, `hreflang="en"`, `hreflang="x-default"`)
- Sprachschalter im Header sichtbar
- Lokalisierte URLs (`/de/ueber-mich/` und `/en/about/`, nicht `?lang=en`)

So sieht **SCHLECHT** aus

- Nur eine Sprache, obwohl die Zielgruppe bilingual ist
- Plugin-Workaround mit `?lang=en` Query-Parametern
- Englische Texte sind machine-translated und holprig
- Kein Sprachschalter sichtbar

Selbsttest

Wenn deine Zielgruppe potentiell bilingual ist: kann deine Site das ohne Workaround?
Wenn deine Zielgruppe rein DE ist: dieser Punkt zählt automatisch als erfüllt.

✓ erfüllt *(auch automatisch, wenn DE-only Zielgruppe)*

× verfehlt

Zähl jetzt deine erfüllten Punkte.

9-10	Deine Site arbeitet für dich.	Halt sie gepflegt, aktualisiere alle 6 Monate.
6-8	Site ist okay, könnte mehr für dich tun.	2-3 gezielte Punkte verbessern. Beginne bei den größten Hebeln (Punkte 1, 3, 5).
3-5	Deine Site verliert dir Klienten — und du weißt jetzt warum.	Punktuelle Verbesserungen reichen nicht. Plane einen kompletten Relaunch.
0-2	Site arbeitet gegen dich.	Das Internet ist ein lauter Raum. Eine schwache Site ist hier schlimmer als gar keine. Neustart.

Du hast nicht so gut abgeschnitten wie gehofft? **Das ist die Norm.** Die meisten Coach-Websites scheitern bei 4-7 dieser 10 Punkte. Sie sind nicht schlecht — sie sind nur nicht für Erstgespräche gebaut.

Wir bauen Coach-Websites, die alle 10 Punkte erfüllen — in 7 Werktagen, zum Festpreis ab €690. Drei Pakete, transparent, keine Stundenabrechnung.

→ byteweb.io/de/loesungen/fuer-coaches/

Oder direkt 15 Min Erstgespräch: hello@byteweb.io

Wir bauen vier bis sechs Coach-Websites pro Monat. Wenn die Wartezeit dir zu lang ist, sag bescheid — wir sind ehrlich darüber, wann das nächste Slot offen ist.

Byteweb

Byteweb ist ein kleines AI-natives Digitalstudio aus dem DACH-Raum. Wir bauen Coach-Websites, Custom-Software und KI-Automationen für europäische Selbständige und kleine Unternehmen.

Was wir anders machen

- ✓ **1 Woche Lieferzeit** — nicht 8.
- ✓ **Festpreis** — nicht Stundensatz-Roulette.
- ✓ **DE + EN nativ** — nicht Plugin-Workaround.
- ✓ **Studio mit Team** — nicht Solo-Bottleneck.
- ✓ **DSGVO + TTDSG sauber** — nicht Standard-Generator.

Wenn dir das passt, lass uns sprechen.

→ **Pakete & Details:** byteweb.io/de/loesungen/fuer-coaches/

→ **Direkt schreiben:** hello@byteweb.io

→ **Telefon:** +49 152 54031043