webpowers

Performance Marketing · E-Commerce · Web

E-COMMERCE AUDIT · EDITION 2026

Die 30-Punkte E-Commerce-Audit Checkliste

Der praxiserprobte Selbsttest für Online-Shops, Performance-Marketing-Verantwortliche und Agentur-Kunden — entwickelt für den deutschsprachigen E-Commerce-Markt.

30	6	~30
Praxis-Checks	Kategorien	Min. Selbstaudit

webpowers UG · Augsburg, Deutschland

webpowers.org

Was dich erwartet.

In den nächsten 30 Minuten ziehst du an deinem Shop einen schonungslosen Selbsttest durch — strukturiert nach den sechs Bereichen, die in der Praxis tatsächlich Umsatz machen oder kosten.

🔍 **SEO & Sichtbarkeit** — Wirst du gefunden, wenn jemand kaufbereit sucht? — 3

⚡ **Performance & Core Web Vitals** — Jede Sekunde Ladezeit kostet ~7 % Conversion. — 4

💰 **Conversion-Optimierung** — Vom Besucher zum Käufer — die hebelstärksten Stellen. — 5

📱 **Mobile & UX** — 70 % aller Sessions sind mobil. Funktioniert es dort? — 6

🔒 **DSGVO & Recht** — Was die Abmahnkanzleien aktuell wirklich prüfen. — 7

⚙️ **Tech-Hygiene** — Tracking, Backups, Monitoring — die unsichtbaren Killer. — 8

So gehst du vor: Hak die Punkte ab, die bei dir *sauber* umgesetzt sind. Alles ohne Haken ist deine ToDo-Liste für die nächsten 4 Wochen. Bei mehr als 8 offenen Punkten ist ein professionelles Audit der schnellere Weg.

© 2026 webpowers UG · Hillenbrandstr. 9, 86156 Augsburg

KAPITEL 01

SEO & Sichtbarkeit

Wenn dich kaufbereite Käufer nicht finden, hast du verloren — egal wie gut der Shop ist.

- [ ] **1. Google Search Console verifiziert & Sitemap eingereicht**

  Ohne GSC fliegst du blind. Property anlegen, Sitemap einreichen, wöchentlich auf Indexierungsfehler prüfen.

  Prüfen: search.google.com/search-console

- [ ] **2. Top-10-Money-Keywords definiert & getrackt**

  Welche 10 Suchbegriffe bringen 80 % deines möglichen Umsatzes? Listing & Ranking-Tracking ist Pflicht — sonst optimierst du blind.

  Tools: Ahrefs, Sistrix, Semrush oder kostenlos via GSC „Leistung"

- [ ] **3. Title- & Meta-Description je Kategorie + Top-Produkt unique**

  Keine Duplikate, kein „- Mein Shop" am Ende. Title < 60 Zeichen, Description 140-155 Zeichen mit klarem Nutzenversprechen.

  Hebel: Bessere Description = +15-30 % Klickrate aus Google ohne Ranking-Veränderung

- [ ] **4. Strukturierte Daten (Product, Offer, Review) implementiert**

  Schema.org Markup für Rich Results in Google: Sterne, Preis, Verfügbarkeit direkt in den Suchergebnissen.

  Test: search.google.com/test/rich-results

- [ ] **5. Interne Verlinkung von Kategorien zu Produkten und zurück**

  Jede Produktseite verlinkt mind. eine Oberkategorie + 3 verwandte Produkte. Verteilt Linkjuice und hält User länger.

  Faustregel: Keine Seite tiefer als 3 Klicks von der Startseite entfernt

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

KAPITEL 02

Performance & Core Web Vitals

Eine Sekunde mehr Ladezeit = ~7 % weniger Käufe. Direkt. Messbar. Brutal.

- [ ] **6. Largest Contentful Paint (LCP) < 2,5 Sekunden — auf Mobile**
  Wichtigste Nutzer-Metrik überhaupt. Über 4 s = Ranking-Penalty bei Google + massive Conversion-Einbußen.
  Test: pagespeed.web.dev (Mobile-Tab beachten!)

- [ ] **7. Bilder im modernen Format (WebP/AVIF) und korrekt skaliert**
  Keine 4000-px-Originale für 600-px-Anzeige. Lazy Loading unter dem Fold, srcset für Responsive.
  Sparpotenzial: Oft 60-80 % der Page-Size in Bildern allein

- [ ] **8. JavaScript: kein Render-Blocking, Third-Party-Scripts deferred**
  Tracking-Pixel, Chat-Widgets, A/B-Test-Tools — alles was nicht für den ersten Klick gebraucht wird, lädt asynchron.
  Häufiger Killer: Cookie-Banner-Skripte synchron im Head

- [ ] **9. CDN aktiv (Cloudflare, Cloudfront, BunnyCDN o. ä.)**
  Statische Assets aus Edge-Locations weltweit ausliefern. Bei DACH-Kunden senkt das die TTFB um 50-200 ms.
  Free-Option: Cloudflare Free Plan reicht für die meisten Shops

- [ ] **10. Server-Response < 600 ms (TTFB)**
  Wenn der Server selbst lahm ist, retten dich keine Frontend-Tricks. JTL/Shopware: Caching-Module + ausreichende PHP-OPcache-Größe.
  Quick-Win: All-Inkl/IONOS oft langsam — bei All-Inkl PrivatPlus prüfen

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

KAPITEL 03

Conversion-Optimierung

Die hebelstärksten Stellen, an denen aus Besuchern Käufer werden — oder eben nicht.

- [ ] **11. USP-Block direkt unter Hero auf Startseite (3-4 Punkte)**
  Versandkostenfrei ab X €, schneller Versand, sichere Zahlung, Kundensupport — was unterscheidet dich? Sichtbar ohne Scrollen.
  Faustregel: Spezifische Zahlen schlagen vage Versprechen („48 h" statt „schnell")

- [ ] **12. Trust-Signale auf Produkt- und Checkout-Seiten**
  Trusted Shops, eKomi, Käuferschutz, SSL-Hinweise. Auf der Bezahlseite besonders — dort entstehen die letzten Zweifel.
  Hebel: Trustbadges am Checkout = +5-15 % Conversion in vielen Tests

- [ ] **13. Kundenbewertungen sichtbar & mit Schema-Markup**
  Sterne sowohl auf Produktseite als auch in den Google-Suchergebnissen (Rich Snippets). 5-7 Reviews pro Produkt-Minimum.
  Tools: Trusted Shops, Trustpilot, Judge.me

- [ ] **14. Checkout: max. 3 Schritte, Gast-Bestellung möglich**
  Pflicht-Account-Anlage = 25-40 % Abbruchquote zusätzlich. Adresse + Versand + Zahlung — mehr Schritte braucht niemand.
  Pflicht: PayPal Express + Apple Pay = Ein-Klick-Bestellung

- [ ] **15. Warenkorb-Abbrecher-Mails (Recovery-Sequence)**
  3 Mails: nach 1 h, nach 24 h (mit 5-10 % Rabatt), nach 72 h (Last Chance). Holt regelmäßig 8-15 % der Abbrecher zurück.
  Tools: Klaviyo, Brevo, Mailchimp — Plugin reicht

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

KAPITEL 04

Mobile & UX

70 % aller Sessions sind mobil — aber Conversion-Rate ist dort oft halb so hoch. Hier liegt Geld auf der Straße.

- [ ] **16. Sticky „In den Warenkorb"-Button auf Mobile**

  Der CTA muss immer in Daumen-Reichweite sein, auch nach langem Scrollen. Standard auf jeder ernsten Shop-Seite 2026.

  Effekt: +5-12 % Add-to-Cart auf Mobile

- [ ] **17. Tap-Targets ≥ 44 × 44 px, klar voneinander getrennt**

  Apple-/Google-Empfehlung. Filter, Größenwahl, Mengenfeld — wenn man danebentippt, ist der Kunde frustriert oder kauft was Falsches.

  Test: Lighthouse Mobile-Audit „Tap targets are sized appropriately"

- [ ] **18. Suche prominent + Autocomplete**

  Such-Nutzer kaufen 2-3× häufiger. Lupensymbol nicht versteckt im Burger-Menü, sondern direkt sichtbar im Header.

  Plus: Tipp-Vorschläge mit Bildern senken Tipp-Aufwand auf Mobile drastisch

- [ ] **19. Formulare mit korrekten input-Typen (tel, email, number)**

  Richtige Tastatur erscheint sofort — Telefonnummer = Zifferntastatur, E-Mail = @-Symbol direkt verfügbar.

  Plus: autocomplete-Attribute korrekt für Browser-Autofill

- [ ] **20. Keine horizontale Scrollbar, keine abgeschnittenen Elemente**

  Klingt banal, ist es aber nicht: Layout-Bugs auf 360-px-Screens kosten täglich Käufe — viele Shop-Owner testen nur auf eigenem Phone.

  Test: Chrome DevTools → 360 × 640, 390 × 844, 412 × 915

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

KAPITEL 05

DSGVO & Recht

Was Abmahnkanzleien aktuell wirklich prüfen — und was sich wirklich rächt, wenn es fehlt.

- [ ] **21. Cookie-Banner mit echter Wahl (nicht „Akzeptieren-Only")**
  Drei Buttons: „Alle akzeptieren", „Auswahl speichern", „Nur notwendige". Ablehnen muss genauso einfach sein wie Annehmen.
  EuGH-Urteil: Vorab gesetzte Häkchen sind unzulässig

- [ ] **22. Tracking-Skripte erst NACH Einwilligung geladen**
  Google Analytics, Meta Pixel, Hotjar & Co. dürfen NICHT vor dem Klick auf „Akzeptieren" feuern. Banner-Anzeigen ≠ Einwilligung.
  Test: Network-Tab öffnen, Banner ignorieren — laden Skripte trotzdem?

- [ ] **23. Impressum aktuell & vollständig (DDG, MStV)**
  Geschäftsführer, Handelsregister, USt-ID, Streitschlichtungs-Hinweis (Art. 14 Abs. 1 ODR-VO). Außerdem: vollständiger Datenschutz-Text.
  Geändert: Seit 2024 DDG statt TMG, seit 2020 MStV statt RStV

- [ ] **24. AGB & Widerrufsbelehrung B2C-konform**
  14-Tage-Widerruf, Muster-Widerrufsformular, Hinweise zu Versandkosten und Lieferzeit „in Werktagen". Kostenfälle nach §312k BGB beachten.
  Quelle: Trusted Shops oder IT-Recht-Kanzlei (40 € / Monat)

- [ ] **25. Newsletter mit Double-Opt-In + dokumentierter Einwilligung**
  Bestätigungs-Mail mit Link, IP + Timestamp loggen (Art. 7 Abs. 1 DSGVO). Abmelde-Link in jeder Mail (RFC 8058 List-Unsubscribe).
  Risiko: Single-Opt-In = abmahnfähig nach UWG §7

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

KAPITEL 06

Tech-Hygiene

Die unsichtbaren Killer: Tracking ohne Daten, Backups ohne Restore-Test, Monitoring ohne Alarme.

- [ ] **26. Conversion-Tracking serverseitig (oder mind. korrekt clientseitig)**

  Server-Side-Tagging (GTM Server Container) umgeht ITP, AdBlocker und iOS-Restriktionen. Ohne korrektes Tracking optimierst du blind.

  Pflicht: Mind. „Purchase"-Event mit korrektem Order-Wert & Order-ID

- [ ] **27. Tägliches Backup + erfolgreich getesteter Restore**

  Ein Backup, das du nie zurückgespielt hast, ist kein Backup. Mind. 1× pro Quartal Wiederherstellung in Staging-Umgebung testen.

  Faustregel: 7 tägliche, 4 wöchentliche, 12 monatliche Backups

- [ ] **28. Uptime-Monitoring mit Alarm bei Ausfällen**

  UptimeRobot, BetterStack, Pingdom. Ein Shop-Ausfall am Black-Friday-Wochenende ohne Alarm = vielleicht 5-stelliger Umsatz weg.

  Free: UptimeRobot bis 50 Monitore reicht für die meisten

- [ ] **29. SSL-Zertifikat gültig + Auto-Renewal**

  Abgelaufenes Zertifikat = Vertrauensbruch + Google-Warnung. Auto-Renewal über Let's Encrypt oder Hoster prüfen.

  Test: ssllabs.com/ssltest — Mind. Note A

- [ ] **30. Software-Updates (Shop-System, PHP, Plugins) maximal 3 Monate alt**

  90 % aller gehackten Shops laufen auf Versionen mit bekannten Sicherheitslücken. Patches einspielen ist kein „Nice-to-have".

  JTL-Shop 5: Auf Hauptversion bleiben — Sicherheits-Updates sind exklusiv

© 2026 webpowers UG · webpowers.org

Wie viele Haken hast du gesetzt?

25+	**Stark.** Dein Shop läuft sauber. Feinjustierung & Skalierung sind die nächsten Hebel.
15-24	**Solider Mittelstand.** Mit gezielten Fixes lassen sich oft 20-40 % mehr Umsatz herausholen — ohne mehr Traffic.
8-14	**Großes Potenzial.** Du verlierst aktuell Umsatz an mehreren Fronten. Hier zahlt sich ein professionelles Audit am schnellsten aus.
< 8	**Akut.** Sprich uns kurz an — bei diesem Stand ist eine systematische Aufräumung sinnvoller als Einzelmaßnahmen.

Kostenloses 30-Min-Audit-Gespräch

Du schickst uns deine Shop-URL, wir gehen vorab live durch und besprechen dann mit dir die 3 Stellen mit dem höchsten Hebel — unverbindlich, klare Empfehlungen, kein Sales-Pitch.

Audit anfragen →

Alle Leistungen ansehen

Direkt umsetzbar — heute noch:

1. **Pagespeed-Test laufen lassen** auf pagespeed.web.dev — Mobile-Tab. Screenshot machen, in 30 Tagen vergleichen.
2. **Search Console öffnen** → „Abdeckung" prüfen. Jede ausgeschlossene Seite ist potenzieller Umsatz-Verlust.
3. **Cookie-Banner testen** — feuern Tracking-Skripte VOR der Einwilligung? Risiko: Bußgeld + Abmahnung.

Fragen zur Checkliste? info@webpowers.org · webpowers.org

© 2026 webpowers UG · webpowers.org