



**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**

Praxis-Checks

**6**

Kategorien

**~30**

Min. Selbstaudit

# 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.

## 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](https://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](https://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

## 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

## 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

## 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 ernstesten Shop-Seite 2026.

**Effekt:** +5-12 % Add-to-Cart auf Mobile
- 17. Tap-Targets  $\geq 44 \times 44$  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

**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

## 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](https://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

## 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](https://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](mailto:info@webpowers.org) · [webpowers.org](https://webpowers.org)