

Website-Kosten – Preisgestaltung einer Website

04.10.2019, 09:31 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *concepto DESIGN*

Die Kosten einer Website sind je nach Anbieter sehr unterschiedlich. Und die Anzahl der Anbieter ist riesig. Somit hat man als Kunde die Qual der Wahl: Für welchen Anbieter soll man sich entscheiden und was darf oder muss die Website kosten? In diesem Artikel wird erklärt, wie die Kosten für eine Website zustande kommen und was Sie bei der Wahl eines Webdesigners beachten müssen.

Als Kunde möchte man am liebsten eine Website in perfekter professioneller Qualität zum günstigsten Preis. Bestenfalls sollte die Website in kurzer Zeit fertiggestellt werden. Das ist eine Vorstellung, die in der Realität leider nicht umsetzbar ist. Aufgrund der hohen Konkurrenz im Webdesign, sind die Agenturen und Freelancer gezwungen, den Kunden ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Da die Webdesigner jedoch wirtschaftlich denken müssen, um von Ihrer Arbeit leben zu können, können sie einen Mindestpreis für einen bestimmten Service nicht unterbieten.

Dreiecksbeziehung: Website-Kosten, Qualität und Zeit

Es gibt drei Faktoren, die ein Website-Projekt maßgeblich beeinflussen: Qualität, Zeit und Kosten. Alle drei beeinflussen sich gegenseitig. Bevor das erläutert wird, sollen zunächst die drei Faktoren genauer beschrieben werden.

Zeit

Der Faktor Zeit betrifft den Zeitpunkt, bis zu dem die Website fertiggestellt sein soll bzw. den Zeitraum, der für die Erstellung der Website zur Verfügung steht.

Qualität

Die Qualität bezeichnet zum Einen die Genauigkeit der Vorbereitungen. Dazu gehören Gespräche, in denen zwischen Auftraggeber und Webdesigner Ziele, Inhalte und Funktionen der Website besprochen werden. Die Qualität betrifft zum Anderen die Anzahl der vorab angefertigten Website-Varianten, aus denen der Kunde sich seinen Favoriten aussuchen kann, sowie die Anzahl der Korrekturen, die im Laufe eines Projekts auf Wunsch des Kunden vorgenommen werden. Die Qualität umfasst außerdem die spezifischen Funktionen auf der Website und den Programmieraufwand, der mit diesen Funktionen verbunden ist. Nicht zuletzt zählt zur Qualität des Projekts, die Genauigkeit und Professionalität, mit der der Webdesigner arbeitet.

Kosten

Der dritte Faktor sind die Kosten für die Website. Viele Webdesigner erwarten eine Anzahlung für das gewünschte Projekt. Der Restbetrag wird bei Fertigstellung der Website gezahlt oder – wenn es sich um ein langfristiges Projekt handelt – bei Fertigstellung bestimmter vorab festgelegter Zwischenziele.

Die drei Faktoren bedingen sich gegenseitig: Soll die Website eine besonders hohe Qualität z.B. mit aufwändigen Funktionen haben, dann steigt der Zeitaufwand, um diese Funktionen zu erstellen, entsprechend werden die Kosten für die Website höher. Soll die Website in einer sehr kurzen Zeit fertiggestellt werden, dann muss unter Umständen mehr Personal eingesetzt werden, wodurch die Kosten steigen, oder es wird zum Beispiel die Qualität, die Funktionalität oder der Umfang der Seite eingeschränkt, um das Projekt in der kurzen Zeit fertigstellen zu können. Man könnte noch andere Beispiele für das Zusammenspiel der drei Faktoren nennen. Das Prinzip sollte allerdings klar geworden sein.

Ausführliches Briefing: Maximale Klarheit, minimale Website-Kosten

Gute Agenturen führen mit Ihren Kunden vor einem Website-Projekt ein ausführliches Briefing durch. In diesem Gespräch informiert sich die Agentur genau über das Unternehmen, für das die Website erstellt werden soll. Das Briefing macht deutlich, welche Zielgruppe die Website ansprechen soll, welche Ziele mit der Website erreicht werden sollen, welche Inhalte aufgenommen und welche Funktionen integriert werden sollen. In dem Gespräch wird auch deutlich, welches Budget und welcher Zeitraum für die Erstellung der Website zur Verfügung steht. Diese Informationen beinhalten alle Faktoren des oben beschriebenen Projektdreiecks. Wenn es bis hierhin noch nicht klar ist, muss unbedingt noch geklärt werden welche Prioritäten der Kunde hat. Soll die Website möglichst schnell fertiggestellt werden? Oder ist der Faktor Zeit nicht entscheidend und es sollen stattdessen die Kosten gering ausfallen? An welcher Stelle kann die Qualität der Seite eingeschränkt werden, um Zeit und Geld zu sparen?

Seien Sie nicht erschrocken, wenn eine Agentur mit Ihnen ein langes Briefing mit vielen detaillierten Fragen durchführt. Dies ist ein Qualitätsmerkmal. Je besser das Briefing, desto besser, unkomplizierter und kostengünstiger das Website-Projekt.

Kulanz: Nicht jeder Änderungswunsch erhöht die Website-Kosten

Nach dem Briefing bekommen Sie vom Webdesigner ein Angebot. Hier sind alle Leistungen mit den dazugehörigen Preisen schriftlich aufgeführt. Lesen Sie sich dieses Angebot genau durch, um sicher zu sein, dass der Auftraggeber alles richtig verstanden hat und es zu keinen Missverständnissen kommt. Im Angebot muss nicht jede Leistung mit einem Preis oder eine Stundenzahl, die für die Bearbeitung angesetzt wird, versehen sein. Oft findet sich ein Pauschalpreis für das gesamte Website-Projekt. Das ist legitim und macht oft Sinn, denn jedes Projekt ist individuell und es ist für den Webdesigner kaum möglich den Zeitaufwand für jede einzelne Leistung genau vorherzusagen. Wenn der Kunde im Laufe des Projekts keine großen Änderungswünsche hat, die vom Angebot abweichen, wird das Angebot auch die Abschlussrechnung sein. Kleine Änderungen, die nicht viel Arbeitsaufwand erfordern, sollten unter Kulanz fallen und nicht extra berechnet werden.

Portrait

concepto DESIGN ist Ihr Partner für Web- und Grafikdesign. Wir erstellen moderne Websites, Layouts für Drucksachen, Logos und stimmige Corporate Designs. So helfen wir Ihnen, Ihr Unternehmen optimal zu präsentieren. concepto DESIGN steht für Transparenz, unkomplizierte Zusammenarbeit und faire Preise.

News-ID: 1063051 • Views: 462 (Stand: 18.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1063051/Website-Kosten-Preisgestaltung-einer-Website.html>