

3 VERSIONEN STARBEN.

# Bauplan: wie diese Site mit KI gebaut wurde.

Jede Entscheidung. Jeden Tool-Wechsel. Jede verworfene Version.

# Inhalt

00	Die 10 Entscheidungen, die diese Site gemacht haben	3 Min
01	Positionierung in einem Satz	3 Min
02	Editorial Swiss Grid: warum diese Ästhetik	4 Min
03	Drei Services statt vier	3 Min
04	Der Stack	4 Min
05	Hero, Vertrauen, Angebot, Beweis, CTA	3 Min
06	SEO ohne Tricks	3 Min
07	Zwei Sprachen, kein Übersetzungs-Mash	2 Min
08	Wie der Agent arbeitet	4 Min
09	Wenn der Markt sich dreht	3 Min
10	Drei Versionen, eine, die bleibt	4 Min

# Die 10 Entscheidungen, die diese Site gemacht haben

3 Min

## Die 10 Entscheidungen

1. **Positionierung in einem Satz.** Wer du bist, für wen, warum gerade du. Drei Wörter zu viel, und die Anfrage geht woanders hin.
2. **Native pro Sprache schreiben.** DE und EN getrennt. Niemals parallel übersetzen — der Rhythmus stirbt.
3. **Eine CTA pro Seite.** Zwei sind keine. Drei ist eine Sackgasse. Pro Sektion genau ein Ausgang.
4. **Editorial Swiss Grid.** Scharfe Kanten, ruhige Typografie, ein einziges Akzentgelb. Effekte zerstören die Marke. Typografie baut sie.
5. **Drei Services, nicht zehn.** Audit · Workshop · Sparring. Wer alles anbietet, verkauft nichts.
6. **Stack-Wahl wegen Speed, nicht Hype.** React + Vite + Prerender. Lovable hätte's auch getan — aber wir wollten 1.8s Ladezeit, nicht 8.
7. **SEO durch Substanz.** Hreflang sauber, Schema vollständig, Sitemap fixiert. Keine Tricks. Google indexiert, wer indexierbar ist.
8. **n8n als Backend, Swiss-hosted.** Webhooks, Mails, CRM-Sync — alles über n8n auf Infomaniak. Kein Lambda, kein US-Hoster.
9. **Der Agent ist ein Junior.** Claude Code mit CLAUDE.md-Regeln. Explizite Verbote. Browse-Check vor jedem Commit. Sonst rät er.
10. **Wöchentlich kleine PRs.** Der Markt dreht schnell. Drei Commits pro Woche, mindestens. Sonst veraltet die Site, während du sie planst.

# Positionierung in einem Satz

3 Min

## Positionierung in einem Satz

"Wer du bist, für wen, warum gerade du." Drei Variablen, ein Satz. Wenn du es nicht in einem Satz sagen kannst, hast du es noch nicht entschieden — und ein Besucher braucht 3 Sekunden, um das zu spüren.

Unsere Positionierung: *"KI-Strategie zuerst. Tools später."* Anti-Shiny-Object. Wir verkaufen Strategie an Schweizer KMU, die den Tool-of-the-Week nicht mehr ertragen. Das ist nicht für alle. Genau deshalb verkauft es.

Anwendung: Schreib deine Positionierung roh hin. Streich, bis ein Satz übrig bleibt. Poste sie auf LinkedIn, bevor du sie auf die Site stellst. Die Reaktionen sagen dir, ob sie hält. Wenn niemand reagiert, ist sie zu allgemein.

# Editorial Swiss Grid: warum diese Ästhetik

4 Min

Editorial Swiss Grid: warum diese Ästhetik

Drei Designsprachen probiert. Die ersten zwei sind tot.

Version 1 war neumorphic — weiche Schatten, runde Ecken, alles wie aus Knetmasse. Sah cool aus, war unlesbar. Kontrast verloren, Hierarchie verloren, Conversion verloren. Version 2 war verspielt — Gradients, Comic-Energie, drei Akzentfarben gleichzeitig. Für ein Konsumprodukt vielleicht gut. Für eine Schweizer KMU-Beratung: Vertrauensbruch in der ersten Sekunde.

Was bleibt: Editorial Swiss Grid. Scharfe Kanten, ruhige Typografie, ein einziges Akzentgelb (#FFCC00). Schwarze Schrift auf cremefarbenem Hintergrund. Keine Schatten, keine Gradients, keine Effekte. Die Marke entsteht durch die Typografie selbst — durch Rhythmus, Hierarchie und Whitespace, nicht durch Dekoration. Konkrete Regeln: max 65 Zeichen pro Zeile, h1 in Display-Größe, Akzent nur als Hintergrundblock auf einem Wort, niemals als Schriftfarbe auf hellem Grund (WCAG-Bruch).

## Drei Services statt vier

3 Min

Drei Services statt vier

Wir hatten vier. *Strategy · Custom Software · Integration · Training*. Vier saubere Boxen, vier eigene Landingpages, vier eigene CTAs. Sieht professionell aus. Verkauft schlecht.

Das Problem: vier Services zwingen den Besucher zur Diagnose. *"Brauche ich Strategy oder Integration? Bin ich Custom Software oder Training?"* Wenn der Besucher diagnostizieren muss, bevor er klickt, klickt er nicht. Wir haben auf drei kollabiert: **Audit · Workshop · Sparring**. Drei Commitment-Stufen, jede sofort verständlich. Audit = einmaliger Termin. Workshop = ein Tag. Sparring = laufender Begleiter. Die Diagnose machen wir intern — der Besucher wählt einen Einstiegspunkt, nicht eine Diagnose.

Anwendung: Was sind die drei Commitment-Stufen, die deine Kundin durchläuft? Wenig Risiko, mittleres Risiko, viel Risiko. Mehr Boxen brauchen die meisten Praxen nicht. Wer alles anbietet, verkauft nichts.

# Der Stack

4 Min

## Der Stack

React 19 + Vite 7 + Tailwind 3 + Playwright SSG + Azure Static Web Apps + n8n auf Infomaniak. Klingt nach Overkill. Ist es nicht.

Warum nicht Lovable, v0 oder Wix Studio AI? Drei Gründe. Erstens Speed: wir wollten 1.8s First-Contentful-Paint, nicht 8. Lovable rendert Client-Side, wir prerendern mit Playwright zu statischem HTML. Google + AI Crawler sehen die fertige Seite, kein Hydration-Delay. Zweitens Schweiz-Hosting: alles, was Daten anfasst (Webhooks, CRM, Mails), läuft über n8n auf einer Infomaniak-Instanz in Genf. Kein Lambda, kein US-Hoster. Drittens Kontrolle: wir haben CLAUDE.md mit projektspezifischen Regeln, eigene Build-Skripte, eigene Quality Gates. Auf Lovable hast du das alles nicht.

Anwendung: Wenn du in 24 Stunden eine Brand brauchst — Lovable oder v0. Wenn du eine Praxis bauen willst, die in 24 Monaten noch performt und indexierbar bleibt — investiere zwei Tage in ein React+Vite-Setup. Die Stunden vorne sind die Conversion-Punkte hinten.

# Hero, Vertrauen, Angebot, Beweis, CTA

3 Min

Hero, Vertrauen, Angebot, Beweis, CTA

Fünf Beats, in dieser Reihenfolge. Auf jeder Seite. Keine Ausnahmen.

**Hero:** ein Satz Positionierung + ein konkretes Outcome. Niemals Defizit-Sprache oben ("Sie wissen nicht, wo anfangen" — tot). **Vertrauen:** Logo-Marquee, "Direkt mit dem Gründer", echte Zahlen. Keine Awards, keine Stockfotos. **Angebot:** drei Services, drei Stufen, drei Preise. Klar genug, dass die Kundin selbst weiß, was sie braucht. **Beweis:** Case-Study-Quotes mit Namen + Firma. Keine anonymen Sternchen. **CTA:** einer. Ein Button, ein Ziel, ein Ausgang. Zwei sind keine. Drei ist eine Sackgasse.

Wir haben das auf 8 Seiten ausgerollt — Homepage, Services, jede Industry-Seite. Wenn ein Beat fehlt, fällt die Conversion. Wenn die Reihenfolge anders ist, fällt die Conversion. Es ist nicht kreativ. Es funktioniert.

# SEO ohne Tricks

3 Min

## SEO ohne Tricks

Google indexiert, wer indexierbar ist. Klingt trivial, ist es nicht.

Konkret: prerenderte HTML statt Client-Side-Render (Googlebot kriegt die fertige Seite, kein Hydration-Risiko). Vollständiges JSON-LD @graph pro Seite — TechArticle, HowTo, FAQPage, SoftwareSourceCode, Speakable, Breadcrumb. Hreflang zentral verwaltet in einer einzigen SLUG\_PAIRS-Tabelle, niemals manuell pro Seite. Sitemap automatisch generiert mit allen Locale-Varianten + reziproken Alternates. robots: index, follow, max-snippet:-1 damit AI Overviews den ganzen Snippet zitieren dürfen. Auto-Indexing-Workflow läuft alle 6h via GitHub Actions + Google Indexing API.

Was wir nicht machen: keine LLMs.txt-spezifische Sonderbehandlung (Google's AI-Optimization-Guide vom Januar 2026 sagt explizit: nicht nötig). Keine Keyword-Variation-Pages. Keine Chunking-Tricks. Wer indexierbar ist und einzigartig schreibt, wird zitiert. Punkt.

## Zwei Sprachen, kein Übersetzungs-Mash

2 Min

### Zwei Sprachen, kein Übersetzungs-Mash

Die meisten zweisprachigen Sites übersetzen DE → EN wörtlich. Resultat: zwei mittelmäßige Versionen. Wir machen das anders.

Jede Headline wird zweimal geschrieben — einmal nativ auf Deutsch, einmal nativ auf Englisch. Niemals parallel. Beispiel von der Homepage: DE *"MESSBARE WIRKUNG"* (Adjektiv + Nomen, deutsche Kadenz). EN *"IMPACT NOW"* (Nomen + Adverb, englische Kadenz). Beides ist richtig. Keines ist Übersetzung des anderen.

Technisch: zwei flache JSON-Dateien (`de.json`, `en.json`), ein eigener `useTranslation`-Hook, keine `i18n`-Library. `Pre-commit`-Hook prüft Symmetrie der Keys und blockt Commits mit U+FFFD-Umlaut-Korruption (die einzige sinnvolle Defense gegen PowerShell-Encoding-Bugs unter Windows).

# Wie der Agent arbeitet

4 Min

## Wie der Agent arbeitet

Claude Code mit projektspezifischen Regeln in `CLAUDE.md`. Der Agent ist ein Junior — kompetent, aber rät, wenn die Regeln unklar sind. Also schreiben wir die Regeln klar.

Konkrete Regeln in unserer `CLAUDE.md`: vor jedem UI-Commit das `frontend-design-Skill` laufen lassen + `browse-Check` der gerenderten Seite (verhindert Umlaut-Korruption + Kontrast-Bugs). Vor jeder `Conversion-Copy` das `copywriter-Skill` konsultieren (verbotene Phrasen-Liste). Niemals `git add -A` — immer explizite Dateipfade (verhindert versehentliches Committen unrelevanter Änderungen). PowerShell wird zum Umlaut-Killer, also nutzen wir den `Write-Tool` direkt.

Workflow: `spec` → `plan` → `bundle-by-bundle execution` mit Subagents. Jeder Subagent kriegt einen klar abgegrenzten Auftrag + vollen Kontext im Prompt (statt Dateien lesen zu lassen). Zwei-Stufen-Review nach jedem Bundle — `Spec-Compliance` erst, dann `Code Quality`. Wenn der Reviewer ein Issue findet, fixt der Implementer, wird neu reviewed. Erst dann nächstes Bundle.

## Wenn der Markt sich dreht

3 Min

Wenn der Markt sich dreht

Eine KI-gebaute Website veraltet schneller, als du sie planst. Wenn du sechs Wochen lang ein Re-Launch vorbereitest, hat sich das Modell, die Best-Practice, der Konkurrent dreimal geändert.

Unsere Antwort: keine Re-Launches. Wöchentlich kleine PRs. Drei Commits pro Woche minimum — Headline-Tweak, neue Case Study, korrigiertes Schema, schnellerer Hero. Der "Living-System"-Abschnitt auf dieser Seite zieht die letzten drei feat/fix-Commits live aus `git log`. Wer hier liest, sieht Beweis statt Behauptung.

Wie der Loop funktioniert: Markt-Signal beobachten (LinkedIn, Newsletter, Kundengespräch) → in 24h ein konkretes PR-Issue → kleiner Commit, klein deployen. Pre-commit-Hook prüft i18n, Tests, Design-Lint. Azure-SWA-Deploy läuft automatisch in 5 Minuten. Wenn der Loop kürzer ist als ein Marketing-Sprint, gewinnst du langfristig.

## Drei Versionen, eine, die bleibt

4 Min

Drei Versionen, eine, die bleibt

**Version 1 — Neumorphic.** Weiche Schatten, runde Ecken, Pastell-Grau auf Pastell-Grau. Sah cool aus auf Dribbble. Hatte 0% Kontrast-Hierarchie. Die wichtigsten Worte verschwanden im Hintergrund. Conversion-Test: zwei Wochen, keine einzige Audit-Buchung. Tot.

**Version 2 — Verspielt.** Gradients, Comic-Schriftart auf der Headline, Emoji-Badges (🚀 *Fast* · 🌟 *Friendly* · 💡 *Smart*), "Unlock your AI superpowers today!" als H1. Jede verbotene Phrase im Bingo. Für eine Konsum-App vielleicht. Für eine Treuhand-Beraterin, die einen Audit ihrer KI-Bereitschaft sucht: Vertrauensbruch. Tot.

**Version 3 — Editorial Swiss Grid.** Was bleibt. Schwarze Schrift auf Cremegrund. Ein einziges Akzentgelb auf einem Wort pro Headline. Keine Schatten, keine Gradients, keine Emoji. Conversion: stetig. Die Lehre: bei einer Beratungs-Marke ist Ruhe ein Trust-Signal. Lautstärke ist es nicht.