ihp media

PREMIUM-REPORT

Was kostet eine professionelle Website 2026?

Realistische Preisspannen, die wahren Preistreiber und die versteckten Kostenfallen, damit Sie ein Angebot verstehen und einordnen können, statt blind zu vergleichen.

www.ihp-media.com · Webdesign & Onlineshops für den Mittelstand

WORUM ES IN DIESEM REPORT GEHT

Was kostet eine professionelle Website 2026?

Wer eine Website beauftragen will, bekommt Angebote zwischen wenigen Hundert und vielen Tausend Euro. Umfang und Individualität entscheiden, warum die Spanne so breit ist. Dieser Report gibt Ihnen ein klares Bild, welche Preise 2026 realistisch sind, was den Preis wirklich nach oben treibt und welche Kosten nach dem Start noch kommen. Ziel ist, dass Sie ein Angebot lesen und bewerten können. Die genannten Spannen beruhen auf unserer Marktbeobachtung und der Erfahrung aus eigenen Projekten.

Der Preis folgt dem Aufwand, nicht dem Aussehen

Was eine Website kostet, hängt vor allem am Aufwand, und der entsteht weniger durch die Optik als durch das Nachdenken dahinter. Die größten Preistreiber sind Konzeption und Strategie, also Zielgruppe, Nutzerführung und Aufbau, ein individuelles Design statt eines angepassten Templates, die Anzahl der Unterseiten und vor allem Zusatzfunktionen wie Buchungskalender, Mehrsprachigkeit oder ein Mitgliederbereich. Wer ein gutes Angebot von einem schwachen unterscheiden will, schaut auf die Aufschlüsselung, nicht auf die Gesamtzahl.

> **TIPP**
>
> Lassen Sie sich zeigen, was im Festpreis steckt und was extra kostet. Eine ehrliche Aufschlüsselung ist selbst schon ein Qualitätssignal.

Was 2026 realistisch ist

Für professionelle Dienstleister in Deutschland liegen die Preise grob so: Eine kleine Unternehmensseite mit fünf bis zehn Seiten kostet beim erfahrenen Freelancer realistisch zwischen 1.500 und 4.000 Euro, bei einer Agentur zwischen 5.000 und 12.000 Euro. Ein Onlineshop bis etwa 500 Produkte liegt deutlich höher. Stundensätze bewegen sich erfahrungsgemäß zwischen 60 und 120 Euro bei Freelancern und 80 bis 180 Euro bei Agenturen. Ein Angebot deutlich unter dem unteren Rand ist fast immer ein Template ohne nennenswerte Eigenleistung. Das kann für einfache Fälle reichen, wenn Sie wissen, worauf Sie sich einlassen.

> **TIPP**
>
> Eine professionelle Umsetzung mit individuellem Design, sauberem Code und korrekter Rechtsbasis fängt realistisch erst im vierstelligen Bereich an.

Baukasten, Freelancer oder Agentur

Baukästen wirken auf den ersten Blick günstig, summieren sich aber über die Jahre und binden Sie an ein System, aus dem ein späterer Umzug zusätzlich kostet. Freelancer sind gut für klar umrissene Projekte mit fairem Preis-Leistungs-Verhältnis und direktem Kontakt. Eine Agentur bringt Prozess, Strategie und eine feste Anlaufstelle, kostet dafür aber mehr. Welche Variante zu Ihnen passt, hängt nicht nur am Budget, sondern auch an Ihrem eigenen Zeitaufwand und daran, wie viel Sie selbst steuern wollen.

> **TIPP**
>
> Eine einmalig bezahlte Website auf eigenem Hosting bleibt in Ihren Händen. Beim Baukasten zahlen Sie dauerhaft und haben weniger Kontrolle über Ihre Daten.

Die laufenden Kosten, die fast alle unterschätzen

Viele planen die Erstellung, nicht aber den Betrieb. Nach dem Start fallen regelmäßig Kosten an, die sich je nach Anspruch realistisch auf 600 bis 2.000 Euro pro Jahr summieren: Domain, Hosting, gegebenenfalls Lizenzen für Premium-Funktionen und vor allem die Pflege. Ein Wartungsvertrag deckt Aktualisierungen, Sicherung und kleinere Anpassungen ab. Wer das versäumt, riskiert Sicherheitslücken durch veraltete Komponenten, im schlimmsten Fall eine gehackte Seite. Für Produktivseiten mit Kundenverkehr oder einen Shop ist Pflege keine optionale Ausgabe.

> **TIPP**
>
> Planen Sie die laufenden Kosten von Anfang an ein. Sie gehören genauso zum Projekt wie die Erstellung selbst.

Die versteckten Kostenfallen

Die häufigsten Posten, die in günstig wirkenden Angeboten fehlen, sind Inhalte, also Texte und Fotos, zusätzliche Korrekturrunden über das Inklusivkontingent hinaus, Lizenzen für Premium-Funktionen und nachträgliche Rechtsanpassungen, etwa zu Datenschutz und Barrierefreiheit. Dazu kommt die Frage, wer am Ende Inhaber der Domain wird. Der wirksamste Schutz vor solchen Überraschungen ist ein sorgfältiges Briefing, das Texte, Bilder, Funktionen, Sprachen und rechtliche Anforderungen von vornherein klar benennt. Erst dann wird ein Angebot wirklich vergleichbar.

> **TIPP**
>
> Klären Sie schon bei der Beauftragung schriftlich, wer Domaininhaber wird und wem die Rechte an Design und Quellcode gehören.

Ihre Prüfliste vor der Beauftragung

☐	**1**	Ist der Leistungsumfang schriftlich definiert, samt Anzahl der Seiten und Funktionen?
☐	**2**	Sind Texte und Bilder im Angebot enthalten oder von Ihnen zu liefern?
☐	**3**	Wie viele Korrekturrunden sind inklusive und was kostet eine weitere?
☐	**4**	Wer wird Inhaber der Domain?
☐	**5**	Wem gehören die Rechte an Design und Quellcode nach Abschluss?
☐	**6**	Welche Hosting- und Pflegekosten entstehen nach dem Start?
☐	**7**	Ist die Rechtsbasis, also Impressum, Datenschutz und Cookie-Banner, im Preis enthalten?
☐	**8**	Wie wird die Barrierefreiheit adressiert, besonders bei einem Onlineshop?
☐	**9**	Gibt es nachprüfbare Referenzen aus vergleichbaren Projekten?
☐	**10**	Was passiert, wenn Sie später zu einem anderen Anbieter wechseln wollen?

Diese Checkliste ist eine erste Orientierung und ersetzt keine vollständige Prüfung. Den ganzen Artikel mit Hintergründen und Beispielen finden Sie unter www.ihp-media.com/ratgeber/was-kostet-eine-professionelle-website-2026/.

ihp media

Sie wollen ein Angebot, das hält, was es verspricht?

Wir nehmen uns Zeit für ein ehrliches Erstgespräch, fragen nach Ziel, Zielgruppe und vorhandenen Inhalten und legen offen, was enthalten ist und was extra kostet. So bekommen Sie ein Angebot, das Sie wirklich einordnen können, ohne böse Überraschungen im Projektverlauf.

Unverbindlich anfragen

KONTAKT

www.ihp-media.com

info@ihp-media.com