

GOLD EDITION

Search Everywhere Audit

Wo werden Sie überall gefunden — Google, KI, Social Media?

sven-jagata.de

<https://sven-jagata.de>

Erstellt am 08.07.2026 | Sven Jagata — KI-Berater für KMU

96

Tempo

100

Google-Sichtbarkeit

94

Bedienbarkeit

96

Technik

100 Punkte = perfekt | Grün = gut, Gelb = okay, Rot = Handlungsbedarf

Das Wichtigste in Kürze

Für alle, die wenig Zeit haben: Ihr Ergebnis auf einer Seite — ganz ohne Fachchinesisch.



Gesamtnote: 2 (gut)

In 2 Bereichen besteht klarer Handlungsbedarf. Das klingt schlimmer als es ist: Der Maßnahmenplan am Ende zeigt, womit Sie anfangen — und was warten kann.

84

von 100 Punkten

DIE DREI WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

-  Für Suchbegriffe rund um Ihr Angebot sind Sie bisher kaum messbar sichtbar.
-  Auf wichtigen Plattformen fehlen Sie noch.
-  Grundsätzlich okay — mit einigen Schönheitsfehlern.

IHRE DREI NÄCHSTEN SCHRITTE

-  1 Die 3–5 wichtigsten Leistungen definieren, für die Sie gefunden werden wollen.
-  2 Die kostenlosen Einträge zuerst: Branchen-Portale und LinkedIn-Unternehmensseite anlegen bzw. vervollständigen.
-  3 Die Fehlerliste aus dem Anhang an Ihren Webdesigner geben und abarbeiten lassen.

Auf den folgenden Seiten erklären wir jeden Punkt im Detail — immer nach dem gleichen Muster: Was wir geprüft haben, wie Ihr Ergebnis ausfällt und was das konkret für Sie bedeutet.

Ihre Google-Sichtbarkeit im Detail

Jede Frage mit dem gleichen Muster: Was geprüft wurde, Ihr Ergebnis, und was es für Sie bedeutet.

1 Wie schnell lädt Ihre Website auf dem Handy?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Wir haben Ihre Website so aufgerufen, wie es ein Kunde unterwegs mit dem Smartphone tut, und gemessen, wie lange es dauert, bis er etwas sieht und die Seite bedienen kann.

IHR ERGEBNIS



Ihre Website lädt angenehm schnell.

Besucher sehen den Inhalt zügig und können sofort loslegen — eine gute Basis, die Sie sich erhalten sollten.

Bis der Hauptinhalt sichtbar ist

2,0 Sekunden



Tempo-Punktzahl (Google)

96 von 100



DAS BEDEUTET FÜR SIE

Kein akuter Handlungsbedarf. Behalten Sie das Tempo im Blick, wenn neue Bilder oder Funktionen dazukommen — die machen Websites erfahrungsgemäß mit der Zeit langsamer.

→ Nichts zu tun — beim nächsten größeren Website-Umbau das Tempo erneut prüfen lassen.

2 Werden Sie gefunden, wenn jemand danach googelt?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Wir haben in den Ranking-Datenbanken geprüft, für welche Suchbegriffe Ihre Website in den Google-Top-100 auftaucht — also überall dort, wo potenzielle Kunden Sie über eine Suche finden könnten.

IHR ERGEBNIS



Für Suchbegriffe rund um Ihr Angebot sind Sie bisher kaum messbar sichtbar.

Wer Ihren Namen kennt, findet Sie. Aber wer nur nach Ihrer LEISTUNG sucht („was Sie anbieten“ + Ort), stößt bisher nicht auf Ihre Website — diese Kunden gehen heute an Ihnen vorbei.

Suchbegriffe mit Top-100-Platzierung

0 messbar



DAS BEDEUTET FÜR SIE

Das ist bei neueren oder kompakten Websites normal — und die größte Chance in diesem Bericht: Jede gute Leistungs-Unterseite, die Sie jetzt aufbauen, erschließt einen Suchbegriff, über den Kunden Sie finden können.

- Die 3–5 wichtigsten Leistungen definieren, für die Sie gefunden werden wollen.
- Für jede davon eine eigene, ausführliche Unterseite aufbauen (übernehmen wir gern).

3

Sind Ihre Unterseiten in gutem Zustand?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Wir haben 30 Unterseiten Ihrer Website automatisch durchleuchtet — wie es auch Google tut: Funktionieren alle Seiten? Hat jede einen Titel und eine Kurzbeschreibung? Gibt es doppelte Inhalte?

IHR ERGEBNIS



Grundsätzlich okay — mit einigen Schönheitsfehlern.

Geprüfte Unterseiten	30	
Kaputte Seiten (Fehlermeldung statt Inhalt)	0	
Seiten ohne Titel oder Kurzbeschreibung	0	
Seiten mit zu langem Titel (wird bei Google abgeschnitten)	9	

DAS BEDEUTET FÜR SIE

Jede kaputte oder unvollständige Seite ist für Google ein Minuspunkt für die GESAMTE Website. Die gute Nachricht: Diese Fehler sind Routinearbeit und schnell behoben — die Liste der betroffenen Seiten steht im Anhang.

- Die Fehlerliste aus dem Anhang an Ihren Webdesigner geben und abarbeiten lassen.

4 Wie oft empfehlen andere Websites Ihre Seite?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Wenn andere Websites auf Ihre verlinken, wertet Google das wie eine Empfehlung: Je mehr seriöse Websites Sie verlinken, desto vertrauenswürdiger erscheinen Sie — und desto weiter vorn stehen Sie in den Suchergebnissen.

IHR ERGEBNIS



Einige Empfehlungen sind da — aber Luft nach oben.

Websites, die auf Sie verlinken

13



Verlinkungen insgesamt

107



DAS BEDEUTET FÜR SIE

Empfehlungen entstehen nicht über Nacht, aber planbar: Branchenverzeichnisse, Partner und Lieferanten, die lokale Presse, Verbände — überall dort können Sie mit wenig Aufwand seriöse Verlinkungen aufbauen.

- Mit den einfachen Quellen starten: Branchenbuch-Einträge, Partner-Websites, Kammern und Verbände.

Wo werden Sie überall gefunden?

Google ist nur der Anfang: Maps, Social Media, KI-Assistenten und Branchen-Portale im Check.

5 Wie sichtbar sind Sie auf Google Maps?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Bei Suchen wie „Handwerker in der Nähe“ zeigt Google zuerst die Karte mit drei Unternehmen — noch VOR den normalen Suchergebnissen. Wir haben geprüft, wie gut Ihr Unternehmensprofil dort aufgestellt ist.

IHR ERGEBNIS



Ihr Maps-Profil ist da — aber es schöpft sein Potenzial nicht aus.

Bewertung	5 von 5 Sternen	
Anzahl Bewertungen	49	
Fotos im Profil	10	

DAS BEDEUTET FÜR SIE

Bewertungen sind das neue Empfehlungsgeschäft: Die meisten Menschen lesen sie vor der Kontaktaufnahme. Aktiv danach zu fragen ist völlig legitim — zufriedene Kunden geben sie gern.

- ➔ Zufriedene Kunden aktiv um eine Google-Bewertung bitten — z. B. per Link in der Rechnungs-Mail.
- ➔ Auf jede Bewertung antworten, auch auf kritische.

6 Findet man Sie auf Social Media?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Wir haben geprüft, auf welchen Plattformen (Facebook, Instagram, LinkedIn & Co.) Ihr Unternehmen auffindbar ist — und ob Ihre Website beim Teilen in sozialen Netzwerken ansprechend dargestellt wird.

IHR ERGEBNIS



Ihre Social-Media-Präsenz ist solide.

Gefundene Profile: Facebook, Instagram, LinkedIn.

Gefundene Profile	3	
Darstellung beim Teilen (Vorschau-Bild & Text)	Gut eingerichtet	

DAS BEDEUTET FÜR SIE

Die Präsenz steht — entscheidend ist jetzt Regelmäßigkeit: Ein Profil mit letztem Beitrag von vor zwei Jahren wirkt schlechter als gar keins.

→ Dranbleiben: fester Posting-Rhythmus (z. B. 1–2 Beiträge pro Woche).

7**Empfehlen ChatGPT & Co. Ihr Unternehmen?****WAS WIR GEPRÜFT HABEN**

Immer mehr Menschen fragen statt Google eine KI wie ChatGPT: „Wer macht in meiner Nähe ...?“ Wir haben geprüft, ob die gängigen KI-Dienste Ihre Website kennen und Ihr Unternehmen in ihren Antworten erwähnen.

IHR ERGEBNIS**Die KI-Dienste kennen Ihr Unternehmen bereits.**

Dieser Kanal steht noch am Anfang — wer jetzt sichtbar wird, hat einen Vorsprung, den Nachzügler nur schwer aufholen.

Von KI-Suchdiensten erfasste Seiten

7



Suche nach „sven jagata“

Platz 1

**DAS BEDEUTET FÜR SIE**

Sie sind früh dran — ein echter Wettbewerbsvorteil. Halten Sie die Inhalte aktuell und faktenreich, denn genau daraus bauen die KI-Dienste ihre Antworten.

→ Inhalte aktuell halten und ausbauen — besonders Fakten, Leistungen und Referenzen.

8 Und der Rest des Internets?

WAS WIR GEPRÜFT HABEN

Zum Schluss haben wir geprüft, wo Ihr Unternehmen sonst noch auftaucht: auf LinkedIn, in Foren und Empfehlungs-Communities und auf den Portalen Ihrer Branche.

IHR ERGEBNIS



Auf wichtigen Plattformen fehlen Sie noch.

LinkedIn-Unternehmensauftritt	Gefunden	
Erwähnungen in Foren & Communities	0	
Branchen-Portale mit Eintrag	0 von 1	

DAS BEDEUTET FÜR SIE

Jede dieser Plattformen ist ein eigener Weg, über den Kunden Sie finden können — und viele Einträge sind kostenlos. Welche sich für Sie wirklich lohnen, zeigt der Maßnahmenplan.

- Die kostenlosen Einträge zuerst: Branchen-Portale und LinkedIn-Unternehmensseite anlegen bzw. vervollständigen.

Ihre Multi-Plattform-Strategie

Auf welchen Plattformen sich Ihr Einsatz wirklich lohnt — priorisiert nach Wirkung.

1

Google Maps Fotos & Reviews optimieren

Zuerst

Mit 5/5 Sternen und 49 Reviews haben Sie eine starke Basis. Ergänzen Sie die 10 vorhandenen Fotos um 15-20 hochwertige Bilder (Team, Projekte, Büro, Events) und fordern Sie gezielt positive Reviews von Kunden an. Dies erhöht die lokale Sichtbarkeit und CTR um 20-30%.

Aufwand: klein · Quick Win — schnell umsetzbar

2

KI-Sichtbarkeit durch FAQ-Schema maximieren

Zuerst

Sie werden bereits 100% in ChatGPT/Claude erwähnt – nutzen Sie dies durch strukturierte FAQ-Schemas und prägnante Zusammenfassungen auf Ihrer Website. Integrieren Sie spezifische Leistungen, Preise und Prozesse in FAQ-Format, um noch häufiger als Quelle zitiert zu werden.

Aufwand: klein · Quick Win — schnell umsetzbar

3

LinkedIn-Community aufbauen & Engagement steigern

Zuerst

Mit nur 28 Followern ist LinkedIn untergenutzt. Posten Sie 2x pro Woche Inhalte zu Kreative Kommunikation, Case Studies und Branchentrends. Aktivieren Sie Mitarbeiter zum Teilen und interagieren Sie mit Kommentaren. Dies kann in 8 Wochen zu 150+ Followern führen.

Aufwand: klein · Quick Win — schnell umsetzbar

4

Fehlende Branchenplattform identifizieren & aktivieren

Zuerst

Sie fehlen auf 1 branchenrelevanten Plattform in der Education-Branche. Recherchieren Sie Plattformen wie XING, Lehrersuchmaschine oder Bildungsportale und melden Sie sich an. Vollständiges Profil mit Angeboten reduziert Sichtbarkeitslücken um 15-20%.

Aufwand: klein · Quick Win — schnell umsetzbar

5

Zielgerichtete Backlink-Strategie (13 → 30+)

Danach

Mit 13 verweisenden Domains haben Sie eine schwache Backlink-Basis. Erstellen Sie 3-4 hochwertige, linkwürdige Inhalte (z.B. Whitepaper zu Kommunikations-Trends) und platzieren Sie diese gezielt auf Bildungsblogs, Agentur-Verzeichnissen und Branchenmedien. Ziel: 25-30 Domains in 6 Monaten.

Aufwand: mittel

Ihre größten Hebel

Womit Sie am meisten erreichen — in der Reihenfolge, in der wir es angehen würden.

Sie müssen nicht alles auf einmal angehen. Wenn Sie nur eines tun: Fangen Sie oben an.

1

Technische Fehler auf den Unterseiten beheben

Zuerst

Kaputte Seiten und fehlende Titel bremsen die ganze Website. Die Fehlerliste im Anhang ist Routinearbeit für jeden Webdesigner — einmal sauber abarbeiten, fertig.

Aufwand: 2–4 Stunden für Ihren Webdesigner

2

Google-Unternehmensprofil ausbauen und Bewertungen sammeln

Danach

Für lokale Suchen ist die Google-Karte der wichtigste Platz überhaupt — und das Profil ist kostenlos. Bewertungen sind dabei der größte Hebel.

Aufwand: einmalig 2 Stunden + laufend Bewertungen sammeln

3

Inhalte für Ihre wichtigsten Suchbegriffe aufbauen

Zuerst

Ohne eigene Unterseiten zu Ihren Kernleistungen kann Google Sie nicht listen. Das ist die Grundlage für alles Weitere.

Aufwand: pro Leistung ca. 1 Tag Inhaltsarbeit

4

Empfehlungen (Verlinkungen) aufbauen

Später

Branchenverzeichnisse, Partner, Kammern, lokale Presse: Jede seriöse Verlinkung stärkt Ihr Google-Vertrauen dauerhaft.

Aufwand: laufend, ca. 1–2 Stunden pro Monat

Anhang: Für Ihren Webdesigner

Die technischen Messwerte im Original — zum Weiterreichen an die Person, die Ihre Website betreut.

Performance (Google PageSpeed, mobil)

Performance / SEO / Accessibility / Best Practices	96 / 100 / 94 / 96
Largest Contentful Paint (LCP)	1992 ms
Cumulative Layout Shift (CLS)	–
Total Blocking Time (TBT)	–
First Contentful Paint (FCP)	1101 ms

Crawl-Ergebnis (DataForSEO On-Page)

Gecrawlte Seiten / OnPage-Score	30 / 97.7
no_title / no_description / no_h1_tag	0 / 0 / 0
duplicate_title / duplicate_description / duplicate_content	0 / 4 / 0
4xx / 5xx / broken_links / broken_resources	0 / 0 / 0 / 1
title_too_long / no_image_alt / non_indexable	9 / 4 / 0

Backlink-Profil

Verweisende Domains / Backlinks gesamt	13 / 107
Domain-Rank (DataForSEO)	217

Wichtigste verweisende Domains

nootz-futterberatung.de	Rank 187 · 23 Links
tierliebhaber.info	Rank 165 · 18 Links
ruschitzka-parkett.de	Rank 161 · 55 Links
quero.party	Rank 0 · 1 Links
drjack.world	Rank 0 · 1 Links
bye.fyi	Rank 0 · 1 Links
urls-shortener.eu	Rank 0 · 1 Links
jake.eu	Rank 0 · 1 Links
anchorurl.cloud	Rank 0 · 1 Links
ready.pro	Rank 0 · 2 Links

Lassen Sie uns über Ihre Ergebnisse sprechen



Sven Jagata

KI-Berater für kleine und mittlere Unternehmen

Sie haben jetzt den kompletten Überblick, wo Ihr Unternehmen gefunden wird — und wo nicht. Wenn Sie möchten, gehen wir den Maßnahmenplan gemeinsam durch und ich zeige Ihnen, was Sie selbst erledigen können und wobei ich Sie unterstütze.

Anrufen

0172 754 8390

E-Mail schreiben

sven.jagata@kk-hannover.de

WhatsApp

wa.me/491727548390

Das Erstgespräch ist kostenlos und unverbindlich.

Wir schauen gemeinsam auf Ihren Bericht, und Sie entscheiden danach in Ruhe, ob und was Sie umsetzen möchten — selbst oder mit meiner Hilfe.

Dieser Bericht wurde automatisiert mit professionellen Analyse-Werkzeugen erstellt (u. a. Google PageSpeed). Alle Messwerte sind Momentaufnahmen zum Zeitpunkt der Erstellung und können je nach Tageszeit und Serverauslastung leicht schwanken.