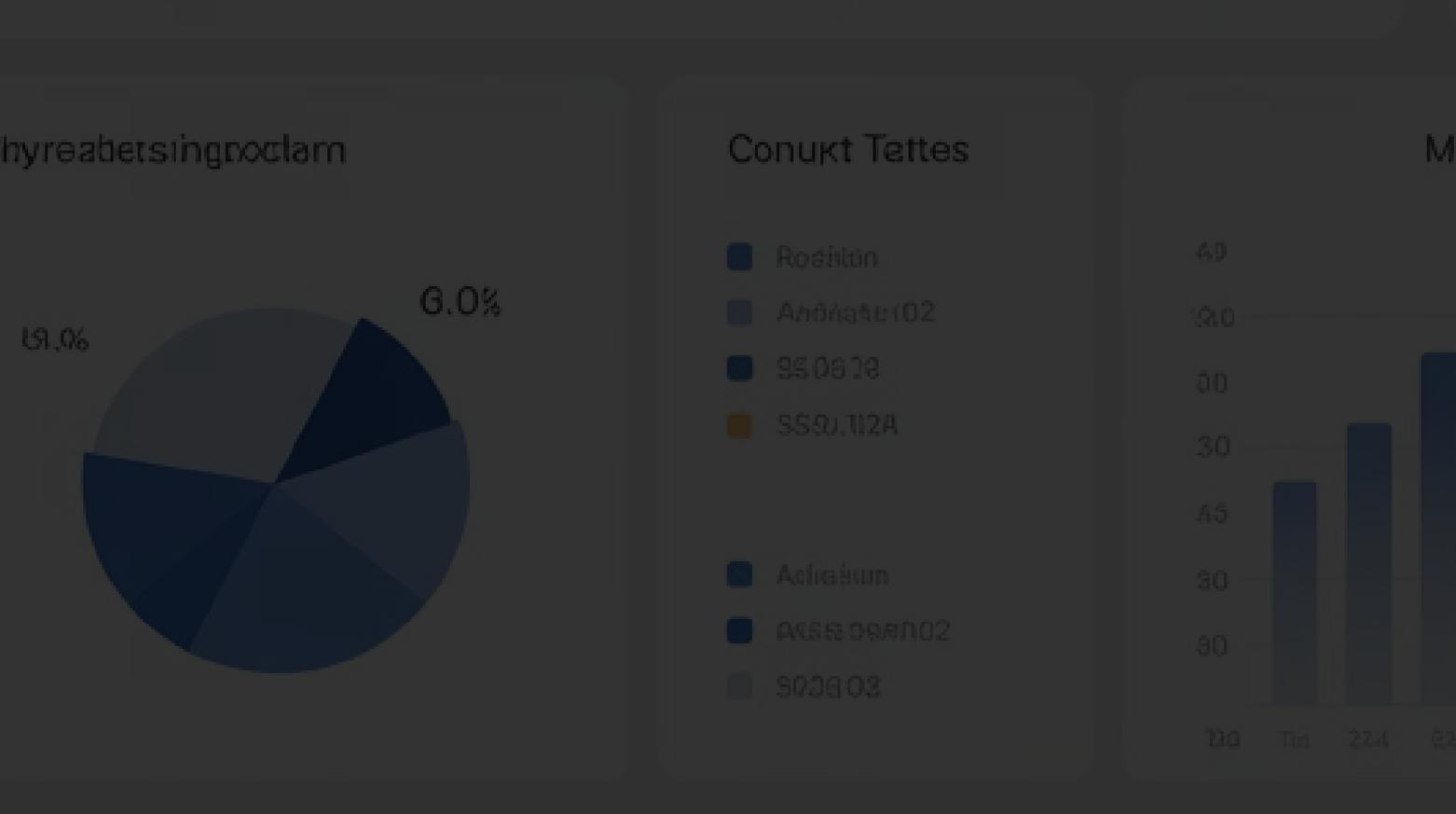


# Beispiel-Report: Kostenlose Sichtbarkeitsanalyse

Dieser Report bietet einen umfassenden Überblick über die aktuelle Online-Sichtbarkeit Ihres Unternehmens. Basierend auf einer detaillierten Analyse verschiedener digitaler Präsenzfaktoren zeigt der Bericht auf, wo Ihr Unternehmen aktuell steht und in welchen Bereichen Optimierungspotenzial besteht. Die folgenden Seiten präsentieren eine detaillierte Auswertung Ihrer digitalen Sichtbarkeit in Suchmaschinen, auf Google Maps, in sozialen Medien sowie Ihrer allgemeinen Online-Reputation.



# Warum ist Deine Sichtbarkeitsanalyse entscheidend?

In der heutigen digitalisierten Geschäftswelt ist Ihre Online-Präsenz oft der erste Kontaktpunkt mit potenziellen Kunden. Eine geringe digitale Sichtbarkeit führt unmittelbar zu entgangenen Geschäftsmöglichkeiten und Umsatzeinbußen. Die Realität ist eindeutig: Ohne ausreichende Sichtbarkeit in Google, Google Maps und auf Social-Media-Plattformen bleiben Ihre potenziellen Kunden auf der Strecke – oder schlimmer noch, sie landen bei Ihren Wettbewerbern.

**93% der Kaufentscheidungen**

beginnen mit einer Online-Suche. Wenn Ihr Unternehmen dabei nicht gefunden wird, existieren Sie für diese potenziellen Kunden praktisch nicht.

**70% der Verbraucher**

besuchen ein lokales Geschäft, nachdem sie es in Google Maps gefunden haben. Ein unvollständiges Business-Profil bedeutet verpasste Kundenbesuche.

**78% der Verbraucher**

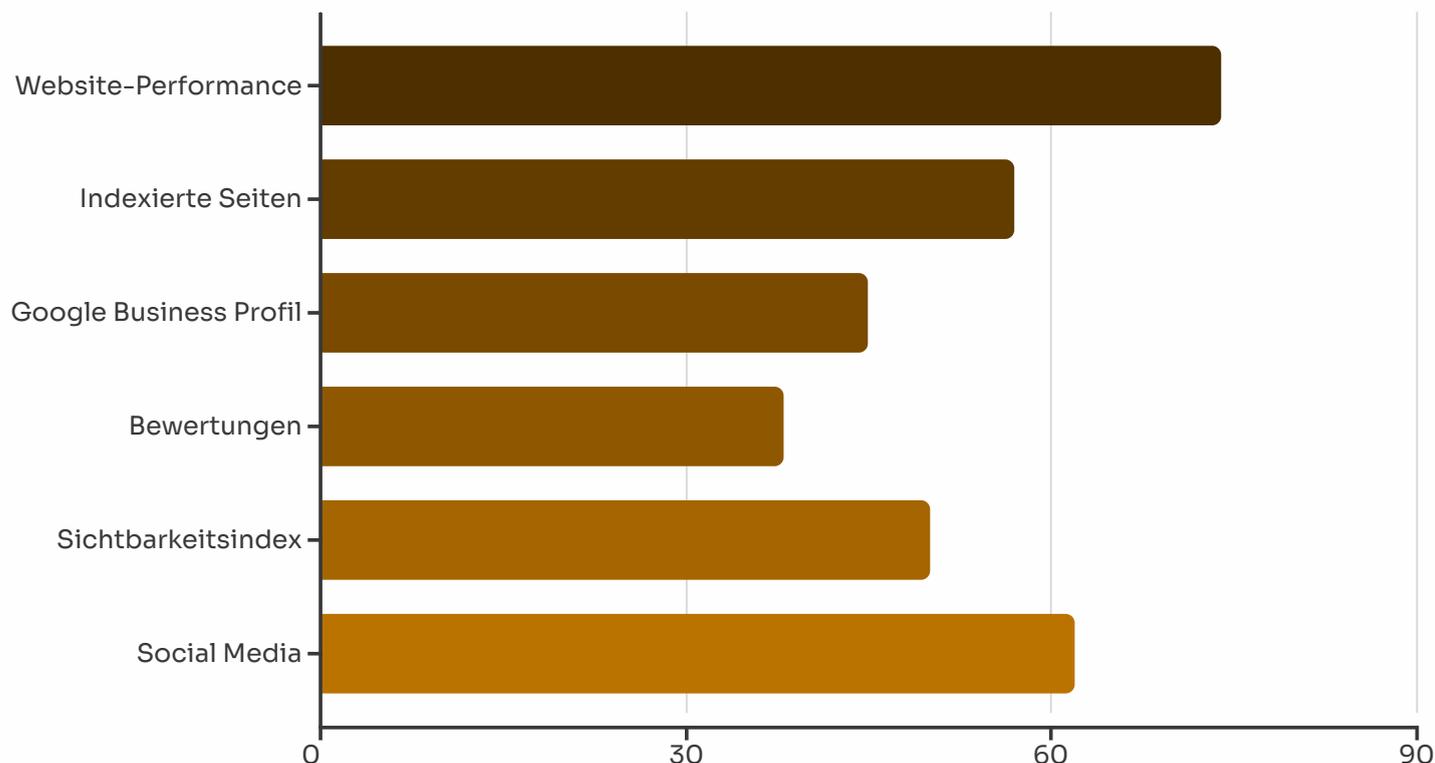
vertrauen Online-Bewertungen genauso wie persönlichen Empfehlungen. Eine schwache Bewertungspräsenz untergräbt Ihr Vertrauenspotenzial.

Eine Sichtbarkeitsanalyse deckt systematisch auf, wo Ihr Unternehmen im digitalen Raum unterrepräsentiert ist. Sie zeigt Schwachstellen auf, die dazu führen, dass Ihre Zielgruppe Sie nicht findet oder Ihr Angebot nicht wahrnimmt. In Zeiten, in denen der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden immer intensiver wird, ist es nicht mehr ausreichend, lediglich online präsent zu sein – Ihre Präsenz muss strategisch optimiert und auf mehreren Ebenen ausgebaut werden.

Die kostenlose Sichtbarkeitsanalyse bietet Ihnen einen objektiven Blick auf Ihre aktuelle Situation. Sie vergleicht Ihre Performance mit relevanten Benchmarks und identifiziert Bereiche, in denen Sie im Vergleich zum Wettbewerb zurückliegen. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für gezielte Maßnahmen zur Steigerung Ihrer Online-Sichtbarkeit und letztendlich Ihres Geschäftserfolgs.

# Übersicht der identifizierten Schwachstellen

Die Analyse Ihrer Online-Präsenz hat mehrere kritische Schwachstellen identifiziert, die Ihre Sichtbarkeit und damit Ihre Geschäftsmöglichkeiten erheblich einschränken. Im Folgenden finden Sie eine zusammenfassende Übersicht der wichtigsten Problemfelder.



Die ermittelten Werte liegen deutlich unter dem Branchendurchschnitt und den Ergebnissen Ihrer direkten Wettbewerber. Besonders kritisch sind die Bereiche Google Business Profil und Bewertungsmanagement, die mit Werten unter 50 Punkten als unzureichend eingestuft werden müssen. Diese Schwachstellen beeinträchtigen Ihre Auffindbarkeit im lokalen Suchkontext erheblich.

Die Website-Performance und die Social-Media-Aktivitäten bewegen sich im mittleren Bereich, weisen jedoch ebenfalls signifikantes Verbesserungspotenzial auf. Der niedrige Sichtbarkeitsindex von 0,6 (während Wettbewerber Werte von 1,2 und höher erzielen) verdeutlicht die insgesamt schwache Positionierung Ihres Unternehmens in der digitalen Landschaft.

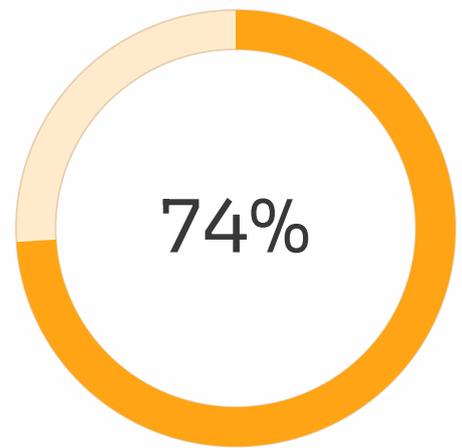
In den folgenden Abschnitten werden diese Schwachstellen detailliert analysiert und mit konkreten Kennzahlen belegt, um ein vollständiges Bild Ihrer aktuellen Online-Sichtbarkeit zu vermitteln.

# Website-Performance im Detail

Die technische Analyse Ihrer Website hat mehrere Schwachpunkte aufgedeckt, die sich negativ auf Ihr Ranking bei Suchmaschinen und die Nutzererfahrung auswirken. Der mobile Performance-Score von 74/100 Punkten signalisiert erhebliches Optimierungspotenzial in diesem zunehmend wichtigen Bereich.

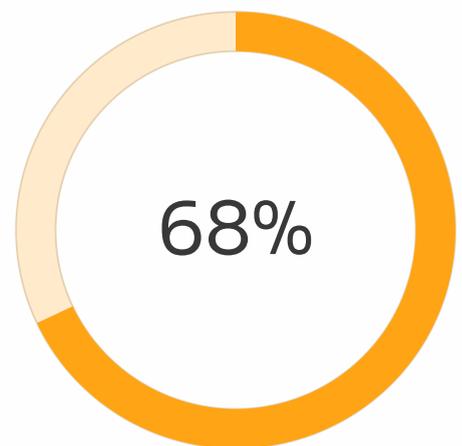
Besonders problematisch sind folgende technische Aspekte:

- **Ladezeiten:** Die durchschnittliche Ladezeit Ihrer Webseite beträgt 4,3 Sekunden auf Mobilgeräten – deutlich über dem empfohlenen Wert von maximal 2,5 Sekunden
- **Core Web Vitals:** Largest Contentful Paint (LCP) und Cumulative Layout Shift (CLS) liegen außerhalb der von Google empfohlenen Werte
- **Bildoptimierung:** Über 60% der Bilder sind nicht ausreichend komprimiert und verzögern das Laden der Seite
- **JavaScript- und CSS-Ressourcen:** Unnötige Dateien blockieren das Rendering und verlängern die Ladezeit
- **Mobile Responsiveness:** Die Darstellung auf verschiedenen Bildschirmgrößen weist Probleme auf



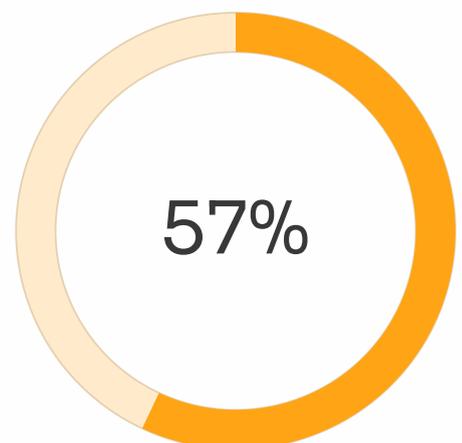
Mobile Performance

Google PageSpeed Score



Desktop Performance

Google PageSpeed Score



Core Web Vitals

Erfüllung der Richtwerte

# Indexierungsprobleme und Content-Sichtbarkeit

Die Analyse der Indexierung Ihrer Website durch Suchmaschinen zeigt ein besorgniserregendes Bild: Von allen verfügbaren Seiten und Inhalten Ihres Webauftritts sind lediglich 57 Seiten in den Google-Index aufgenommen worden. Dies bedeutet, dass ein erheblicher Teil Ihrer Inhalte für potenzielle Kunden bei Suchanfragen unsichtbar bleibt.

57

Indexierte Seiten  
von geschätzten 120  
vorhandenen Seiten

47%

Indexierungsrate  
Branchendurchschnitt  
liegt bei 85%

16

Fehlerhafte  
Seiten  
mit Crawling-  
Problemen

23

Duplizierte  
Inhalte  
mit ähnlichem oder  
identischem Content

Die mangelnde Indexierung hat mehrere technische und inhaltliche Ursachen:

## Technische Probleme

- Fehlerhafte oder fehlende XML-Sitemap
- Problematische robots.txt-Konfiguration, die unbeabsichtigt Seiten blockiert
- Unzureichende interne Verlinkungsstruktur, die wichtige Seiten isoliert
- Zu langsame Ladezeiten, die den Crawling-Prozess behindern
- Fehlerhafte Weiterleitungen und 404-Fehler

## Content-Probleme

- Duplizierte Inhalte auf mehreren Seiten
- Unzureichende Textlänge und -qualität
- Fehlende oder unzureichende Meta-Informationen
- Nicht optimierte Überschriftenstruktur (H1, H2, etc.)
- Fehlende Keyword-Relevanz für Ihre Zielgruppe

Die niedrige Indexierungsrate hat direkte Auswirkungen auf Ihre Sichtbarkeit in Suchmaschinen. Wenn weniger als die Hälfte Ihrer Inhalte überhaupt die Chance hat, in Suchergebnissen angezeigt zu werden, bedeutet dies, dass Sie einen Großteil Ihres Potenzials verschenken. Selbst hochwertige Inhalte, die Sie erstellt haben, bleiben für Ihre Zielgruppe unsichtbar, wenn sie nicht ordnungsgemäß indexiert werden.

Besonders problematisch ist zudem die hohe Anzahl an duplizierten Inhalten. Diese können zu einer Verwässerung der Suchrelevanz führen und im schlimmsten Fall sogar zu Abstrafungen durch Google führen. Die identifizierten 23 Seiten mit ähnlichem oder identischem Content stellen ein erhebliches Problem für Ihre Gesamtsichtbarkeit dar.

# Google Business Profil: Unvollständig und veraltet

Ihr Google Business Profil ist eines der wichtigsten Instrumente für lokale Sichtbarkeit und die Gewinnung von Kunden in Ihrer Region. Die Analyse zeigt jedoch, dass Ihr Profil erhebliche Mängel aufweist, die seine Wirksamkeit stark einschränken.



Die detaillierte Untersuchung Ihres Google Business Profils hat folgende konkrete Schwachstellen aufgedeckt:

## Unvollständige Profilinformationen

Ihr Profil ist nur zu etwa 40% vollständig. Es fehlen wichtige Angaben wie detaillierte Dienstleistungsbeschreibungen, Attribute (z.B. "kostenlose Beratung") und spezifische Brancheninformationen, die für Kunden relevant sind.

## Veraltete Öffnungszeiten

Die angegebenen Öffnungszeiten wurden seit mehr als 6 Monaten nicht aktualisiert und stimmen nicht mit den tatsächlichen Öffnungszeiten überein. Bei Sonderöffnungszeiten (Feiertage, Urlaubszeiten) wurden keine Anpassungen vorgenommen.

## Minimale Bildpräsenz

Ihr Profil enthält lediglich 3 Fotos, während erfolgreiche Profile in Ihrer Branche durchschnittlich 15-20 hochwertige Bilder aufweisen. Es fehlen Bilder des Teams, der Räumlichkeiten und Ihrer Produkte/Dienstleistungen.

## Fehlende Google Posts

In den letzten drei Monaten wurde nur ein einziger Google Post veröffentlicht. Diese wichtige Funktion zur Kundenkommunikation und Präsentation aktueller Angebote wird kaum genutzt.

# Bewertungsmanagement: Zu wenig und zu niedrig

Online-Bewertungen sind heute ein entscheidender Faktor bei der Kaufentscheidung von Kunden. Die Analyse Ihres Bewertungsprofils zeigt jedoch eine deutliche Schwäche in diesem Bereich. Mit nur 11 Bewertungen und einem Durchschnitt von 3,8 Sternen stehen Sie deutlich schlechter da als Ihre direkten Wettbewerber.

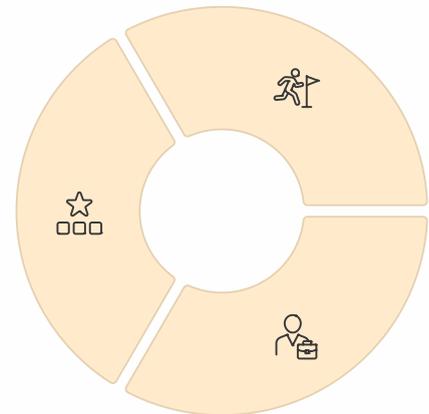
Die wichtigsten Erkenntnisse zum Bewertungsmanagement:

- Geringe Bewertungsanzahl: Mit nur 11 Bewertungen auf Google liegt Ihre Bewertungsbasis weit unter dem Branchendurchschnitt von 35-40 Bewertungen
- Mittelmäßige Bewertungsqualität: Der Durchschnitt von 3,8 Sternen ist deutlich niedriger als der Wettbewerbsdurchschnitt von 4,4 Sternen
- Unzureichende Reaktion: Auf nur 45% der abgegebenen Bewertungen wurde mit einer Antwort reagiert
- Lange Reaktionszeiten: Die durchschnittliche Reaktionszeit auf Bewertungen beträgt 12 Tage
- Fehlende Präsenz auf anderen Plattformen: Außer Google sind keine relevanten Bewertungsplattformen aktiv betreut

Der Mangel an positiven Bewertungen hat direkte Auswirkungen auf Ihre Geschäftsentwicklung. Studien zeigen, dass 88% der Verbraucher Bewertungen genauso vertrauen wie persönlichen Empfehlungen. Eine geringe Anzahl von Bewertungen mit einem mittelmäßigen Durchschnitt signalisiert potenziellen Kunden Unsicherheit und Risiko.

Besonders problematisch ist die langsame und unregelmäßige Reaktion auf bestehende Bewertungen. Dies vermittelt den Eindruck eines mangelnden Kundenservice und geringer Wertschätzung für Kundenfeedback. Die fehlende Präsenz auf branchenspezifischen Bewertungsplattformen bedeutet zudem, dass Sie potenzielle Touchpoints mit Ihrer Zielgruppe verschenken.

Im Vergleich zu Ihren direkten Wettbewerbern, die durchschnittlich 39,5 Bewertungen mit 4,4 Sternen vorweisen können, sind Sie in diesem wichtigen Bereich deutlich im Hintertreffen. Dies führt dazu, dass Kunden, die zwischen Ihnen und Ihren Wettbewerbern entscheiden, allein aufgrund der Bewertungssituation eher zum Wettbewerb tendieren werden.



## Ihr Unternehmen

11 Bewertungen

3,8 Sterne



## Wettbewerber A

37 Bewertungen

4,5 Sterne



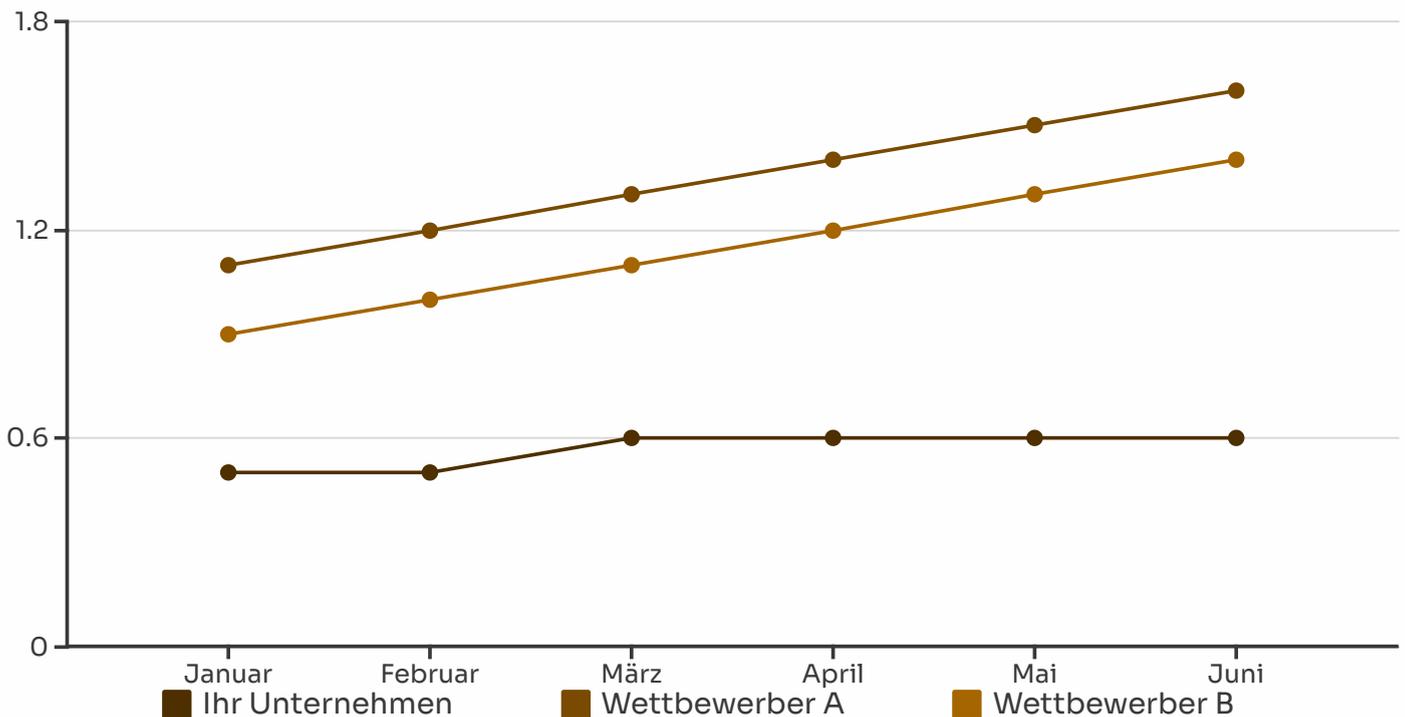
## Wettbewerber B

42 Bewertungen

4,3 Sterne

# Sichtbarkeitsindex im Wettbewerbsvergleich

Der Sichtbarkeitsindex ist ein entscheidender Indikator dafür, wie gut Ihr Unternehmen in Suchmaschinen gefunden wird. Er berechnet sich aus der Sichtbarkeit für relevante Suchbegriffe gewichtet nach Suchvolumen und Position in den Suchergebnissen. Die Analyse zeigt, dass Ihr Unternehmen mit einem Wert von 0,6 deutlich hinter dem Wettbewerb (durchschnittlich 1,2) zurückliegt.



Die detaillierte Analyse des Sichtbarkeitsindex zeigt mehrere problematische Aspekte:

## Stagnierende Entwicklung

Während Ihre Wettbewerber kontinuierlich ihre Sichtbarkeit ausbauen konnten, stagniert Ihr Index seit Monaten bei 0,6. Dies deutet auf fehlende oder ineffektive SEO-Maßnahmen hin.

## Wachsender Abstand zum Wettbewerb

Der Abstand zwischen Ihrem Unternehmen und dem führenden Wettbewerber hat sich innerhalb von sechs Monaten von 0,6 auf 1,0 Indexpunkte vergrößert – ein alarmierendes Zeichen.

## Schwache Position bei Kernbegriffen

Für 15 identifizierte Kernbegriffe Ihrer Branche erscheinen Sie durchschnittlich erst auf Position 27 der Suchergebnisse –

## Fehlende Sichtbarkeit bei lokalen Suchen

Bei lokalisierten Suchanfragen (z.B. "Ihr Service + Stadtname") erscheinen Sie nur bei 3 von 10 relevanten Begriffen in den

# Keyword-Analyse und Content-Relevanz

Eine detaillierte Analyse der für Ihre Branche relevanten Suchbegriffe (Keywords) und der Relevanz Ihrer Inhalte zeigt erhebliche Lücken in Ihrer Content-Strategie. Diese Lücken führen dazu, dass Suchmaschinen Ihre Website für wichtige Suchanfragen als weniger relevant einstufen.



Die Analyse der relevantesten Keywords für Ihr Geschäft und deren Abdeckung auf Ihrer Website offenbart mehrere kritische Probleme:

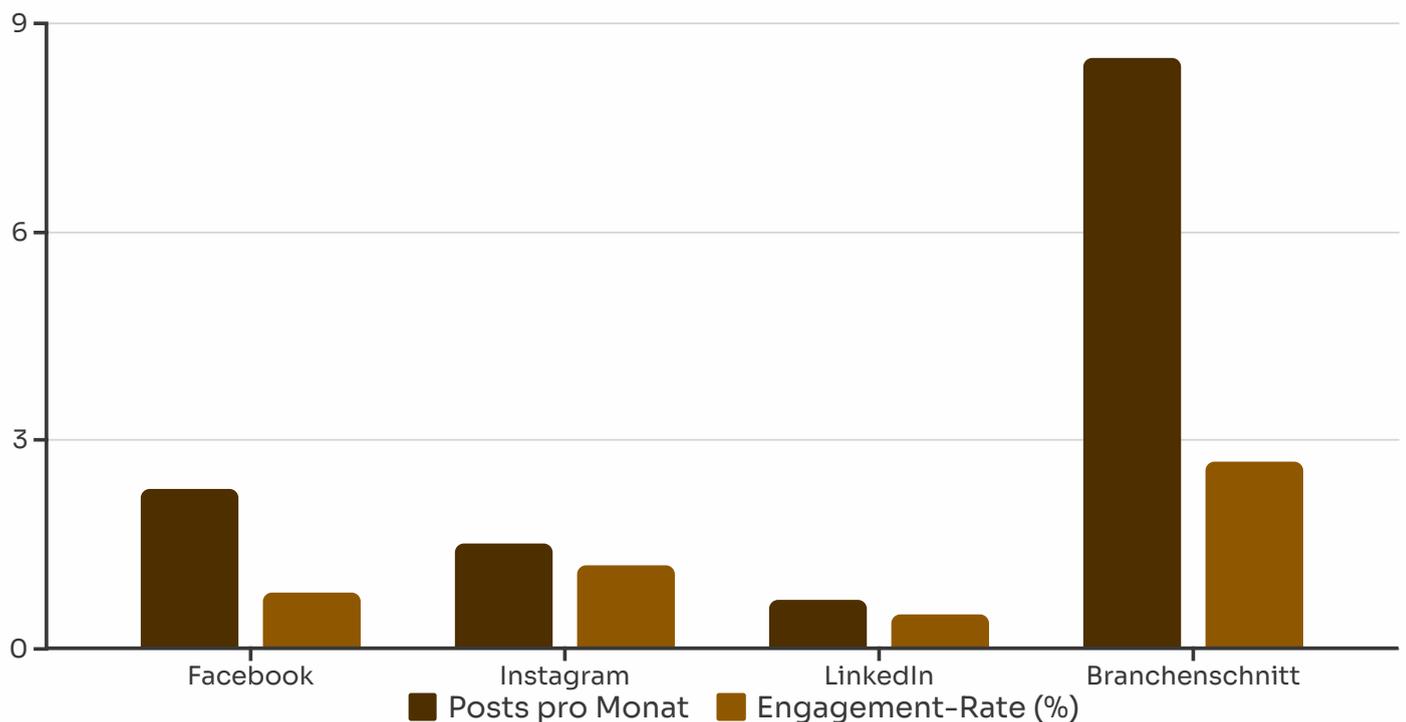
Keyword-Kategorie	Identifizierte Keywords	Abgedeckte Keywords	Durchschn. Position
Hauptbegriffe	15	9 (60%)	24,3
Long-Tail Keywords	25	8 (32%)	35,7
Lokale Suchbegriffe	15	6 (40%)	18,2
Branchenspezifische Fragen	10	4 (40%)	43,6

Besonders auffällig ist die schwache Abdeckung bei Long-Tail-Keywords, die oft eine höhere Konversionsrate aufweisen, da sie spezifischere Suchanfragen darstellen. Mit nur 32% Abdeckung verschenken Sie hier erhebliches Potenzial. Zudem ist die durchschnittliche Position Ihrer Website in den Suchergebnissen für alle Keyword-Kategorien weit außerhalb des sichtbaren Bereichs (erste Seite).

Ein weiteres Problem stellt die mangelnde Content-Tiefe dar. Mit durchschnittlich nur 320 Wörtern pro Seite bieten Ihre Inhalte deutlich weniger Tiefe und Mehrwert als die Ihrer Wettbewerber, die im Durchschnitt 850 Wörter pro Seite aufweisen. Suchmaschinen bewerten umfassendere und informativere Inhalte in der Regel höher, was ein weiterer Grund

# Social Media: Unregelmäßige Aktivität und schwaches Engagement

Die Analyse Ihrer Social-Media-Aktivitäten zeigt erhebliche Defizite in Bezug auf Regelmäßigkeit, Engagement und strategische Ausrichtung. In einer Zeit, in der soziale Medien zunehmend als Informations- und Entscheidungsquelle für Kunden dienen, bedeutet Ihre schwache Präsenz einen bedeutenden Wettbewerbsnachteil.



Die Analyse zeigt mehrere kritische Schwachstellen in Ihrem Social-Media-Auftritt:

## Unregelmäßige Posting-Frequenz

Mit durchschnittlich nur 2,3 Posts pro Monat auf Facebook, 1,5 auf Instagram und 0,7 auf LinkedIn liegt Ihre Aktivität weit unter dem Branchenschnitt von 8,5 Posts monatlich. Die unregelmäßige Präsenz führt zu geringerer Reichweite und Sichtbarkeit.

## Niedriges Engagement

Die Engagement-Raten Ihrer Posts (Likes, Kommentare, Shares) liegen mit 0,5%-1,2% deutlich unter dem Branchendurchschnitt von 2,7%. Dies deutet auf wenig relevante oder ansprechende Inhalte hin.

## Fehlende Content-Strategie

Die Analyse Ihrer Inhalte zeigt keine erkennbare Strategie oder thematische

## Mangelnde Interaktion

Auf 67% der Nutzerkommentare erfolgt keine Reaktion Ihrerseits. Die

# Lokale Suchmaschinenoptimierung (Local SEO)

Die Analyse Ihrer lokalen Suchmaschinenoptimierung zeigt erhebliche Defizite, die Ihre Sichtbarkeit für lokale Suchanfragen stark einschränken. In einer Zeit, in der "near me"-Suchen jährlich um 150% wachsen, bedeutet dies einen erheblichen Wettbewerbsnachteil für Ihr lokales Geschäft.



## Google Maps 3-Pack

Bei 8 von 10 relevanten lokalen Suchanfragen erscheint Ihr Unternehmen nicht im Google Maps 3-Pack – den drei hervorgehobenen lokalen Einträgen, die in den Suchergebnissen angezeigt werden.



## NAP-Konsistenz

Die Analyse von 25 Branchenverzeichnissen zeigt, dass Ihre Unternehmenseinträge in 62% der Fälle inkonsistente oder veraltete Angaben zu Name, Adresse und Telefonnummer (NAP) enthalten.



## Branchenverzeichnisse

Von 15 relevanten Branchenverzeichnissen für Ihre Nische sind Sie nur in 6 vertreten. Wichtige spezialisierte Verzeichnisse fehlen komplett.

Die detaillierte Analyse Ihrer lokalen SEO-Maßnahmen offenbart weitere konkrete Schwachstellen:

## Geographische Abdeckung

Bei einer Analyse lokaler Suchanfragen aus Ihrem Einzugsgebiet ist Ihre Sichtbarkeit stark ungleichmäßig verteilt:

- Kerngebiet (5 km Radius): erscheinen bei 35% der Suchanfragen
- Erweitertes Gebiet (10 km): nur bei 18% der Suchanfragen
- Umland (20 km): praktisch keine Sichtbarkeit (3%)

Dies bedeutet, dass Sie selbst in Ihrem direkten Umfeld bei der Mehrheit der relevanten lokalen Suchanfragen nicht gefunden werden.

## Lokalisierte Landing Pages

Für die verschiedenen Ortsteile und Nachbarorte in Ihrem Einzugsgebiet fehlen spezifische lokalisierte Landing Pages. Dies ist ein wesentlicher Grund für die schlechte Sichtbarkeit bei lokalen Suchanfragen außerhalb des unmittelbaren Kerngebiets.

## Strukturierte Daten

Die technische Analyse zeigt, dass auf Ihrer Website keine lokalen Schema.org-Markup-Daten implementiert sind. Diese strukturierten Daten helfen Suchmaschinen, Informationen wie Adresse, Öffnungszeiten und Servicebereiche korrekt zu verstehen und anzuzeigen.

# Technische SEO-Probleme

Die technische Analyse Ihrer Website hat zahlreiche SEO-relevante Probleme identifiziert, die Ihre Sichtbarkeit in Suchmaschinen erheblich beeinträchtigen. Diese technischen Defizite bilden ein grundlegendes Hindernis für alle weiteren SEO-Bemühungen.

87

**Technische Fehler**  
auf Ihrer Website identifiziert

23

**Kritische Probleme**  
mit direkter Auswirkung auf Rankings

42

**Warnungen**  
zu verbesserungswürdigen Aspekten

22

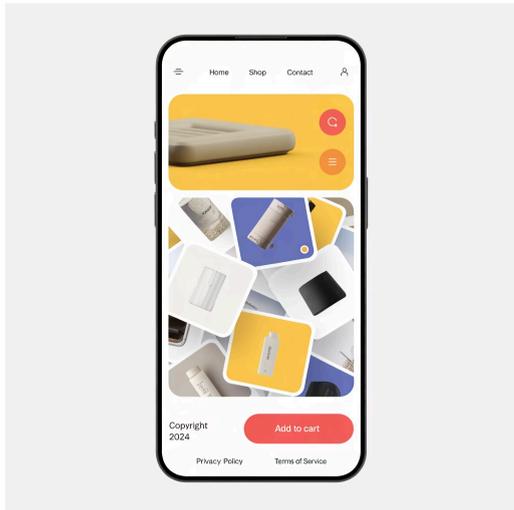
**Informationen**  
zu leichten Optimierungsmöglichkeiten

Die technischen SEO-Probleme lassen sich in verschiedene Kategorien einteilen:

Problemkategorie	Beschreibung	Schweregrad
Crawlability-Probleme	Blockierung wichtiger Seiten durch robots.txt, fehlerhafte sitemap.xml, kaputte interne Links	Kritisch
Ladezeit-Probleme	Zu große Bilder, unnötige Skripte, fehlende Browser-Caching-Konfiguration	Kritisch
Mobile Usability	Nicht-anklickbare Elemente, zu kleiner Text, Viewport nicht konfiguriert	Kritisch
URL-Struktur	Nicht-sprechende URLs, zu tiefe Verzeichnisstrukturen, mehrere URLs für gleiche Inhalte	Mittel
HTTP-Status-Codes	404-Fehler ohne Weiterleitung, fehlerhafte 301-Weiterleitungen, 5xx-Serverfehler	Mittel
Sicherheitsprobleme	Fehlendes HTTPS, Mixed Content, unsichere	Mittel

# Mobile Nutzererfahrung

Die Analyse der mobilen Nutzererfahrung Ihrer Website zeigt erhebliche Mängel, die sowohl Ihr Ranking bei Google als auch die Konversionsrate negativ beeinflussen. In einer Zeit, in der mobile Geräte durchschnittlich 60-70% des Webtraffics ausmachen, stellen diese Defizite ein erhebliches Geschäftsrisiko dar.



## Kernprobleme der mobilen Nutzererfahrung:

- **Mobile PageSpeed Score: 58/100** - Deutlich unter dem empfohlenen Wert von mindestens 80/100
- **First Contentful Paint: 3,2 Sekunden** - 62% höher als der Branchendurchschnitt
- **Largest Contentful Paint: 5,1 Sekunden** - Weit über dem Google-Richtwert von 2,5 Sekunden
- **Cumulative Layout Shift: 0,32** - Überschreitet den empfohlenen Wert von maximal 0,1
- **First Input Delay: 240ms** - Überschreitet den empfohlenen Wert von maximal 100ms

Die technische Analyse hat zudem mehrere spezifische Usability-Probleme auf mobilen Geräten identifiziert:

1

### Nicht angepasste Viewports

Auf 23% Ihrer Seiten fehlt die korrekte Viewport-Konfiguration. Dies führt dazu, dass Nutzer auf mobilen Geräten manuell zoomen müssen, um Inhalte lesen zu können – eine erhebliche Hürde für die Nutzbarkeit.

2

### Zu kleine Touch-Elemente

42% der klickbaren Elemente (Links, Buttons) sind kleiner als die von Google empfohlenen 48x48 Pixel. Dies führt zu "Fat Finger"-Problemen, bei denen Nutzer Schwierigkeiten haben, die gewünschten Elemente präzise anzutippen.

3

### Überlappende Elemente

Auf 17 Seiten wurden überlappende Inhalte festgestellt, die auf kleinen Bildschirmen unleserlich werden oder wichtige Informationen verdecken. Dies führt zu Frustration und erhöhten

4

### Nicht optimierte Bilder

68% der Bilder werden nicht in responsive Größen ausgeliefert. Dies führt zu unnötig hohem Datenverbrauch und langen Ladezeiten auf mobilen Geräten mit langsameren Verbindungen.

# Konkurrenzanalyse: Wettbewerbsrückstand

Die vergleichende Analyse Ihres Unternehmens mit Ihren Hauptwettbewerbern offenbart einen signifikanten Rückstand in nahezu allen relevanten Bereichen der Online-Sichtbarkeit. Dieser systematische Nachteil führt dazu, dass potenzielle Kunden häufiger bei Ihren Wettbewerbern landen und dort konvertieren.

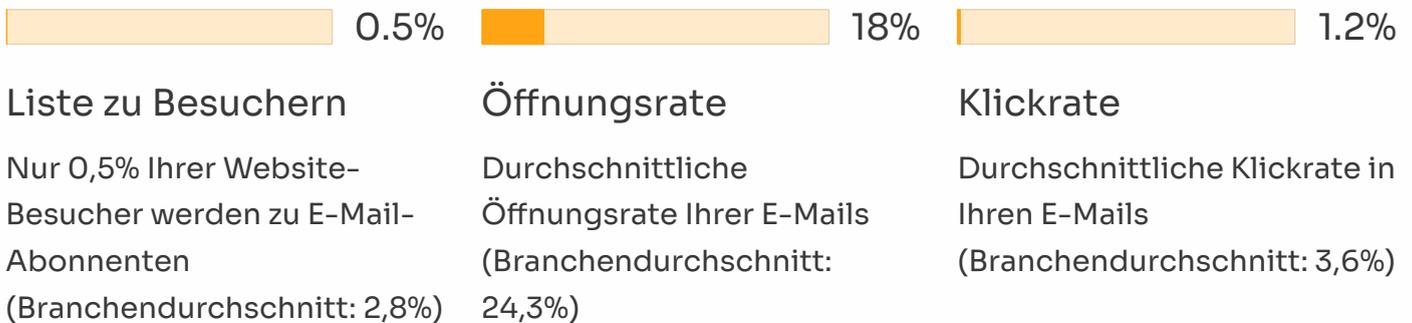


Die detaillierte Wettbewerbsanalyse zeigt folgende konkrete Unterschiede zu Ihren beiden Hauptkonkurrenten:

Bereich	Ihr Unternehmen	Wettbewerber A	Wettbewerber B
Indexierte Seiten	57	143	128
Backlinks	87	312	276
Domain Authority	22/100	38/100	35/100
Sichtbarkeitsindex	0,6	1,6	1,4
Google Posts (monatlich)	0,3	4,2	3,8

# E-Mail-Marketing und Nurturing

Die Analyse Ihrer E-Mail-Marketing-Aktivitäten zeigt erhebliche Defizite sowohl in der Quantität als auch in der Qualität Ihrer Maßnahmen. In einer Zeit, in der E-Mail-Marketing nach wie vor einen der höchsten ROIs aller Marketingkanäle bietet, bedeutet dies verschenkte Umsatzpotenziale.



Die detaillierte Analyse Ihrer E-Mail-Marketing-Aktivitäten hat mehrere spezifische Schwachstellen identifiziert:

## Lead-Generierung

- Fehlende oder schwer auffindbare Anmeldeoption auf der Website
- Kein werthaltiges Lead-Magnet-Angebot zur Anreizschaffung
- Keine Popup- oder Exit-Intent-Strategien zur Listengenerierung
- Fehlende Anmeldeoptionen auf Social-Media-Kanälen

## Segmentierung

- Keine erkennbare Segmentierung der E-Mail-Liste
- Gleiche Inhalte für alle Abonnenten unabhängig von Interessen
- Keine Anpassung basierend auf bisherigem Engagement

## Content und Rhythmus

- Unregelmäßiger Versand (durchschnittlich 0,8 E-Mails pro Monat)
- Überwiegend verkaufsorientierte Inhalte ohne Mehrwertinformationen
- Schwache Betreffzeilen mit durchschnittlich 18% Öffnungsrate
- Keine klare Call-to-Action-Strategie (durchschnittlich 1,2% CTR)

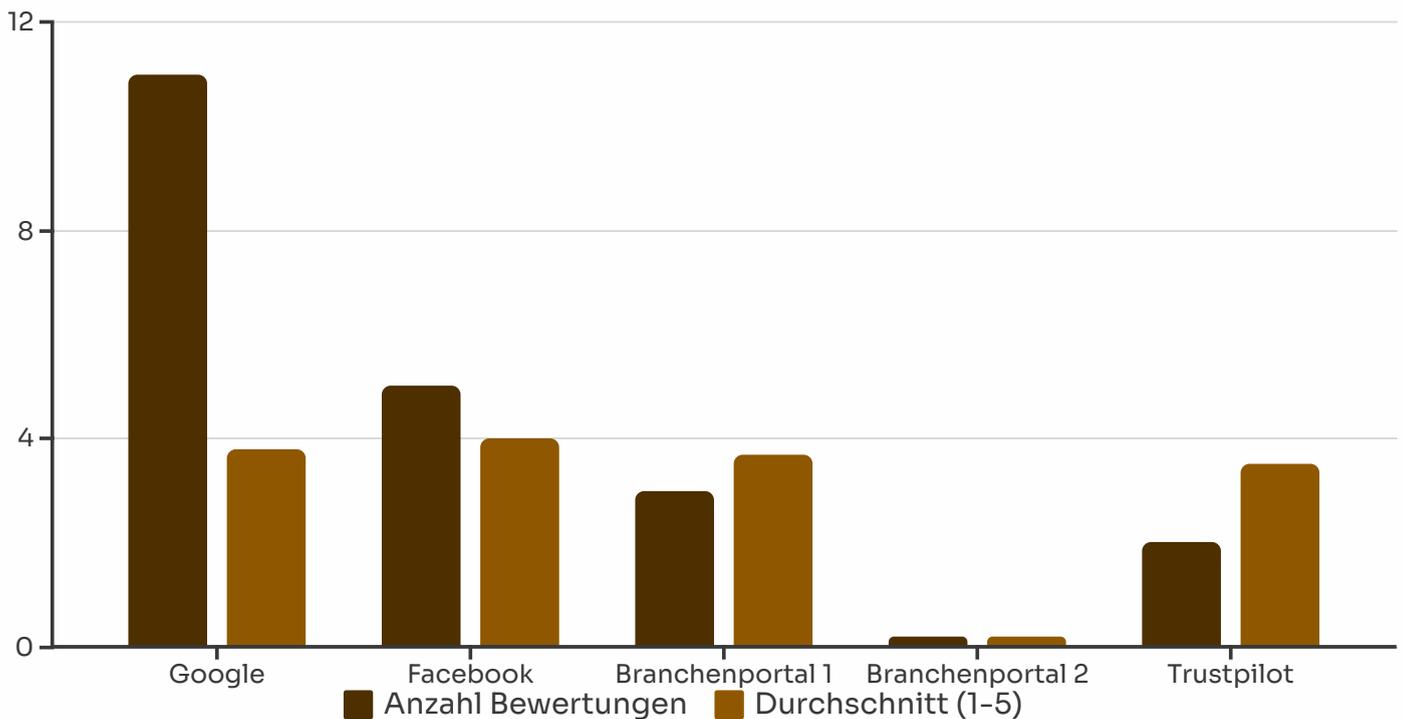
## Automatisierung

- Keine Willkommens-Sequenz für Neuabonnenten
- Keine automatisierten Nurturing-Sequenzen
- Keine Reaktivierungskampagnen für inaktive Abonnenten
- Keine Nachfass-E-Mails bei Warenkorbabbrüchen

Diese Defizite im E-Mail-Marketing haben direkte Auswirkungen auf Ihren Geschäftserfolg. Mit einer Conversion-Rate von nur 0,5% Website-Besucher zu Abonnenten entgehen Ihnen monatlich schätzungsweise 115 potenzielle Leads. Bei einer durchschnittlichen Conversion-Rate von E-Mail-Leads zu Kunden von 3% bedeutet dies etwa 3-4 verlorene Neukunden pro Monat allein durch das schwache Lead-Capturing.

# Reputation Management und Bewertungsstrategie

Die detaillierte Analyse Ihres Bewertungs- und Reputationsmanagements zeigt grundlegende Defizite, die Ihre Online-Reputation und damit direkt Ihre Kundengewinnung beeinträchtigen. Mit nur 11 Bewertungen und einem Durchschnitt von 3,8 Sternen stehen Sie deutlich schwächer da als Ihre Wettbewerber.



Die Analyse hat mehrere spezifische Schwachstellen in Ihrem Bewertungsmanagement identifiziert:

## Kein aktives Bewertungsmanagement

Es existiert kein systematischer Prozess, um zufriedene Kunden zu Bewertungen zu motivieren. Die vorhandenen 11 Google-Bewertungen stammen überwiegend aus Eigeninitiative der Kunden, was zu einer negativen Verzerrung führt, da unzufriedene Kunden statistisch häufiger unaufgefordert bewerten.

## Unzureichende Reaktion auf Bewertungen

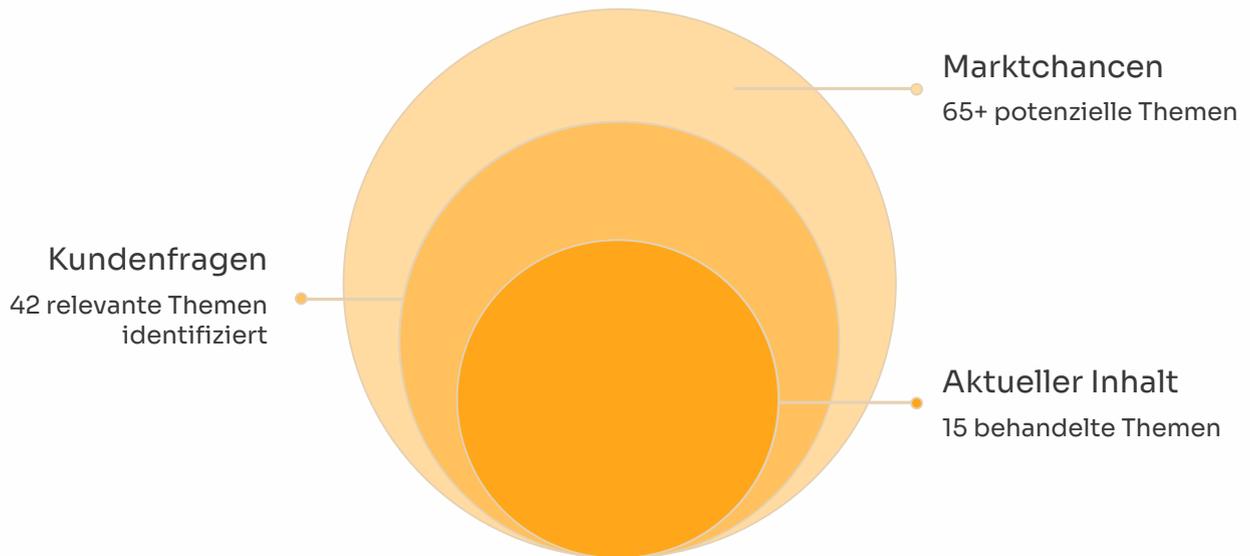
Auf nur 45% der vorhandenen Bewertungen wurde mit einer Antwort reagiert. Die durchschnittliche Reaktionszeit beträgt 12 Tage – weit über der empfohlenen Zeitspanne von maximal 48 Stunden. Dies signalisiert mangelndes Interesse am Kundenfeedback.

## Negative Bewertungen ohne Lösungsansatz

## Fehlende Präsenz auf relevanten Plattformen

# Content-Strategie und Themenlücken

Die Analyse Ihrer aktuellen Content-Strategie offenbart erhebliche Lücken, die Ihre Sichtbarkeit bei relevanten Suchanfragen und Ihre Positionierung als Experte in Ihrer Branche beeinträchtigen. Trotz der grundlegenden Bedeutung von hochwertigem Content für SEO und Kundenbindung fehlt eine systematische Herangehensweise.



Die Content-Analyse hat mehrere kritische Problembereiche identifiziert:



## Fehlende Content-Systematik

Es existiert kein erkennbarer Content-Kalender oder strategischer Plan. Neue Inhalte werden sporadisch und ohne thematischen Zusammenhang veröffentlicht. Die durchschnittliche Frequenz von 0,7 neuen Inhalten pro Monat liegt weit unter dem Branchendurchschnitt von 3-4.



## Unzureichende Keyword-Abdeckung

Von 65 identifizierten relevanten Keywords werden nur 27 (41%) auf Ihrer Website adressiert. Besonders bei longtail Keywords mit höherer Conversion-Wahrscheinlichkeit bestehen große Lücken.



## Geringe Content-Tiefe

Die durchschnittliche Wortanzahl Ihrer Inhalte beträgt 320 Wörter – deutlich



## Limitierte Content-Formate

92% Ihrer Inhalte sind einfache Textbeiträge ohne multimediale

# Wettbewerbsanalyse: Erfolgsstrategien der Konkurrenz

Die detaillierte Analyse Ihrer Hauptwettbewerber zeigt, welche spezifischen Strategien und Taktiken diese einsetzen, um ihre überlegene Online-Sichtbarkeit zu erreichen. Das Verständnis dieser Erfolgsfaktoren ist entscheidend, um den eigenen Rückstand aufzuholen.

## Wettbewerber A: Erfolgsfaktoren

- **Content-Hub-Strategie:** Umfangreiche thematische Inhaltscluster mit durchschnittlich 12-15 verknüpften Artikeln pro Kernthema
- **Lokale Landingpages:** Dedizierte Seiten für 17 verschiedene Ortsteile und Nachbarorte mit lokalisiertem Content
- **Video-Content:** 36 professionell produzierte Erklärvideos zu Kernthemen, die auch auf YouTube hohe Reichweiten erzielen
- **Aktives Bewertungsmanagement:** Automatisierte Nachfrage bei Kunden nach Abschluss mit 42% Erfolgsrate
- **Social Proof:** Prominente Darstellung von Kundenstimmen, Fallstudien und Expertenstatus auf allen Kanälen

## Wettbewerber B: Erfolgsfaktoren

- **Community-Building:** Aktive Facebook-Gruppe mit 1.850 Mitgliedern als Engagement- und Empfehlungsquelle
- **Newsletter-Strategie:** Segmentierter E-Mail-Verteiler mit 4.200 Abonnenten und 32% Öffnungsrate
- **Autoritative Backlinks:** 47 hochwertige Backlinks von branchenrelevanten Websites und lokalen Medien
- **Podcast-Präsenz:** Regelmäßige Teilnahme als Experte in 5 branchenrelevanten Podcasts
- **Technische Exzellenz:** Website-Performance-Score von 94/100 auf mobilen Geräten

Die Wettbewerbsanalyse hat folgende übergreifende Erfolgsmuster identifiziert:

### Content-Strategie

Beide Wettbewerber verfolgen einen systematischen, themenbasierten Content-Ansatz mit regelmäßigen Veröffentlichungen (3-4 pro Woche) und überdurchschnittlicher Inhaltstiefe (850-1.200 Wörter).

### Lokale Optimierung

Vollständig optimierte Google Business Profile mit wöchentlichen Updates, lokalisierte Landingpages und systematische Bewertungsgenerierung bilden die Basis der lokalen Dominanz.

### Technische Exzellenz

Überdurchschnittliche Website-Performance (Pagespeed 85+),



# Ergebnis der Sichtbarkeitsanalyse

Die umfassende Analyse Ihrer Online-Sichtbarkeit hat eine Reihe kritischer Schwachstellen identifiziert, die Ihre digitale Präsenz und damit Ihren Geschäftserfolg erheblich beeinträchtigen. Im Folgenden finden Sie eine zusammenfassende Bewertung der untersuchten Bereiche.

## Website-Performance

**Bewertung: Gelb (Verbesserungsbedürftig)**

1

Mit einem mobilen PageSpeed-Score von 74/100 und zahlreichen technischen Problemen erreicht Ihre Website nicht die Performance-Standards, die für gute Rankings und Nutzererfahrung erforderlich sind. Die Ladezeiten und Core Web Vitals liegen außerhalb der empfohlenen Bereiche.

## Google Business Profil

**Bewertung: Rot (Kritisch)**

2

Ihr Google Business Profil ist nur zu etwa 40% vollständig, enthält veraltete Informationen und zu wenige Bilder. Die fehlende Aktivität bei Google Posts und das mangelhafte Management von Fragen und Antworten führen zu einer schwachen lokalen Präsenz.

## Bewertungen

**Bewertung: Rot (Kritisch)**

3

Mit nur 11 Google-Bewertungen und einem Durchschnitt von 3,8 Sternen liegt Ihre Online-Reputation deutlich unter dem Wettbewerbsniveau. Es fehlt ein systematisches Bewertungsmanagement sowie eine professionelle Reaktion auf vorhandene Bewertungen.

## Sichtbarkeit

**Bewertung: Rot (Kritisch)**

4

Ihr Sichtbarkeitsindex von 0,6 liegt weit unter dem Wettbewerbsdurchschnitt von 1,2-1,6. Bei wichtigen Keywords erscheinen Sie durchschnittlich erst auf Position 27 und sind damit für potenzielle Kunden praktisch unsichtbar.

## Social Media

**Bewertung: Gelb (Verbesserungsbedürftig)**

5

Ihre Social-Media-Aktivitäten sind unregelmäßig und erreichen nur geringe

# Die Lösung: rankPilot

Nach der umfassenden Analyse Ihrer Online-Sichtbarkeit wird deutlich, dass eine systematische Optimierung in mehreren Bereichen erforderlich ist. Die identifizierten Defizite können jedoch gezielt behoben werden – und genau hier setzt rankPilot an.

rankPilot ist die Komplettlösung für kleine und mittlere Unternehmen, die ihre Online-Sichtbarkeit nachhaltig verbessern möchten, ohne selbst zum Marketing-Experten werden zu müssen. Unser System übernimmt für Sie die kontinuierliche Optimierung aller relevanten Faktoren:

- **Google Business Profil:** Vollständige Optimierung und kontinuierliche Pflege Ihres Profils inklusive regelmäßiger Google Posts und Fotoupdates
- **Bewertungsmanagement:** Systematische Generierung neuer Bewertungen und professionelle Reaktion auf Feedback
- **Lokale Sichtbarkeit:** Optimierung Ihrer Präsenz in allen relevanten lokalen Verzeichnissen mit konsistenten NAP-Daten
- **Content-Strategie:** Entwicklung und Umsetzung einer themenbasierten Content-Strategie für Ihre Website
- **Technische Optimierung:** Behebung technischer Probleme und kontinuierliche Verbesserung der Website-Performance
- **Social Media:** Systematischer Aufbau und Pflege Ihrer Präsenz auf relevanten Plattformen

Der entscheidende Unterschied von rankPilot liegt in unserem ganzheitlichen Ansatz. Während viele Dienstleister sich auf Einzelaspekte wie SEO oder Social Media konzentrieren, optimieren wir systematisch alle Faktoren, die Ihre Online-Sichtbarkeit beeinflussen. Unser datenbasierter Ansatz ermöglicht es uns, genau zu messen, welche Maßnahmen die größte Wirkung erzielen und unsere Strategie kontinuierlich anzupassen.

Nach der kostenlosen Sichtbarkeitsanalyse erstellen wir für Sie einen maßgeschneiderten Optimierungsplan, der auf Ihre spezifischen Schwachstellen und Ziele ausgerichtet ist. Sie

## Mit rankPilot erreichen Sie:

- Deutlich bessere Positionen in lokalen Suchergebnissen
- Mehr und bessere Bewertungen
- Höhere Besucherzahlen auf Ihrer Website
- Steigende Anfragen und Conversions
- Langfristige Stärkung Ihrer digitalen Präsenz