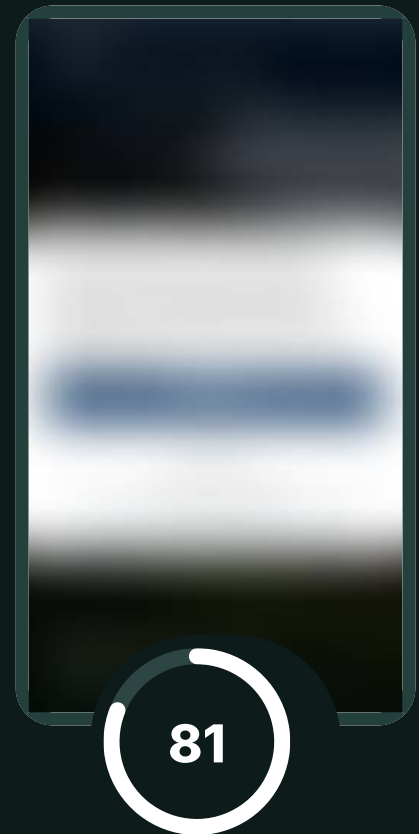


GOOGLE · SICHTBARKEIT · SUCHMASCHINEN-ANALYSE

Gefunden werden, wenn Kunden suchen.

Analyse von muster-haustechnik.at: was die Website bei Google leistet, wo sie Anfragen verliert und was zuerst zu tun ist.



von 100 Punkten

Startseite + 9 Unterseiten

34 Prüfpunkte

Ladezeit mobil und Computer

Suchbegriffe

Recht und Vertrauen

Fahrplan

INHALT

Was Sie auf den folgenden Seiten erwartet.

Der Bericht beruht auf einer Messung der Website muster-haustechnik.at am 23.09.2026: 34 Prüfpunkte auf der Startseite, dazu 9 Unterseiten aus Menü und Sitemap, Ladezeitmessung über Google PageSpeed. Zuerst steht, wo die Website heute steht, dann, was verbessert werden muss, am Ende ein Fahrplan.

1

Wo die Website heute steht

Die fünf Bereiche im Überblick

Eckdaten der Startseite

Ladezeit am Handy und am Computer

Seiteninventar: 10 Seiten im Einzelnen

2

Was verbessert werden muss

Treffertexte bei Google: vorher und nachher

Suchbegriffe: was fehlt

Alle Befunde im Detail (9)

3

Der Fahrplan

Maßnahmen nach Wirkung geordnet

Was bereits passt

Ansprechpartner für die Umsetzung

SO LESEN SIE DAS DOKUMENT

ANALYSE

Was die Messung ergeben hat, mit Zahlen.

EMPFEHLUNG

Was getan werden sollte und warum.

MASSNAHME

Der konkrete Schritt, mit dem es losgeht.

KRITISCH

Etwas fehlt oder ist falsch.

VERBESSERN

Vorhanden, aber schwach.

PASST

In Ordnung.

WAS GEPRÜFT WURDE

Startseite

34 Prüfpunkte in fünf Bereichen: Technik und Sicherheit, Inhalt für Suchmaschinen, Handy und Ladezeit, Vertrauen und Recht, Auffindbarkeit.

Suchbegriffe

4 typische Suchbegriffe: „Installateur Notdienst“, „Heizung tauschen“, „Wärmepumpe“, „Bad sanieren“.

Unterseiten

9 Seiten aus Menü und Sitemap: Titel, Beschreibung, Hauptüberschrift, Textmenge, Bildbeschreibungen, Erreichbarkeit.

Ladezeit

Google PageSpeed Insights am Handy und am Computer: vier Bewertungen, fünf Messwerte, die größten Bremsen.

Für Eilige

Die nächste Seite fasst alles zusammen. Der Fahrplan am Ende sagt, in welcher Reihenfolge es sich lohnt, und bei jedem Punkt steht, ob Sie ihn selbst erledigen können oder Ihr Webdesigner ihn übernehmen sollte. Die Befunde sind so formuliert, dass Sie sie unverändert weitergeben können.

ANALYSE

Solide Basis bei Technik und Sicherheit. Aber 9 Punkte kosten Anfragen.

Die Website von Muster Haustechnik GmbH erreicht 81 von 100 Punkten und ist bei Technik, Recht und Auffindbarkeit gut aufgestellt. Gut ist die inhaltliche Basis: viel Text, klare Struktur, verlinktes Impressum und funktionierende Sitemap. Am deutlichsten fehlt eine schnelle mobile Ladezeit, denn mit 21 von 100 PageSpeed-Punkten und 6,5 Sekunden bis zum Seitenaufbau verlässt ein Teil der Besucher die Seite vor dem ersten Blick auf das Angebot.

81

von 100 Punkten Gesamtwert
über alle Prüfpunkte

3

kritische Punkte, dazu 6 mit
Verbesserungsbedarf

10 von 10

geprüften Seiten mit Mängeln
bei Titel, Text oder Bildern

3 von 4

typischen Suchbegriffen
kommen auf der Website vor

WAS GUT LÄUFT

- HTTPS ist eingerichtet und funktioniert samt automatischer Weiterleitung von unverschlüsselten Aufrufen.
- Impressum, Datenschutzerklärung und eine E-Mail-Adresse sind von der Startseite aus erreichbar.
- Strukturierte Firmendaten, Sitemap und robots.txt sind vorhanden, die Seite ist für Google freigegeben.

WO ES HAKT

- ◆ Die mobile Ladeleistung liegt bei 21 von 100 Punkten mit einer Ladezeit von 6,5 Sekunden, was mobile Besucher vor dem vollständigen Seitenaufbau abspringen lässt.
- ◆ 11 von 17 Bildern auf der Startseite haben keine Beschreibung (Alt-Text), wodurch diese Bilder in der Google-Bildersuche nicht gefunden werden.
- ◆ Die Telefonnummer ist am Handy nicht antippbar, ein direkter Anruf von der Seite aus ist damit nicht möglich.

DIE DREI WICHTIGSTEN BEFUNDE**1****Mobile Ladezeit stark verzögert**

Der PageSpeed-Test für Mobilgeräte bewertet die Ladeleistung mit 21 von 100 Punkten, das größte sichtbare Element braucht 6,5 Sekunden zum Laden. Ursache sind unter anderem 35 externe Script-Dateien und eine 380 KB große HTML-Datei.

2**Fehlende Bildbeschreibungen**

11 von 17 Bildern auf der Startseite haben keinen Alt-Text hinterlegt. Das schwächt die Auffindbarkeit in der Google-Bildersuche und die Zugänglichkeit für Screenreader.

3**Notdienst-Suchbegriff fehlt komplett**

„Installateur Notdienst“ kommt auf keiner der zehn geprüften Seiten vor, während „Wärmepumpe“ 32-mal auf 10 Seiten erscheint. Bei akuten Anliegen wie einem Notfall findet Google die Seite dadurch nicht.

1

Wo die Website heute steht.

Die fünf Bereiche der Prüfung, die Eckdaten der Startseite, die Ladezeit am Handy und jede geprüfte Unterseite im Einzelnen.

Fünf Bereiche

Eckdaten

Ladezeit

Seiteninventar

ANALYSE

Stark bei Technik und Sicherheit. Schwach bei Handy und Ladezeit.

Für den Betrieb bedeutet das: Wer auf dem Handy nach einem Installateur sucht und die Seite öffnet, wartet mehrere Sekunden auf den Aufbau der Seite und springt in dieser Zeit häufig zu einem anderen Anbieter ab. Die nicht antippbare Telefonnummer verstärkt das Problem, weil ein Anruf direkt von der Seite aus nicht möglich ist. Zusätzlich fehlt die Verknüpfung mit dem Google-Unternehmensprofil, wodurch die Firma bei lokalen Suchen und in Google Maps schlechter auffindbar ist als möglich.



ECKDATEN DER STARTSEITE

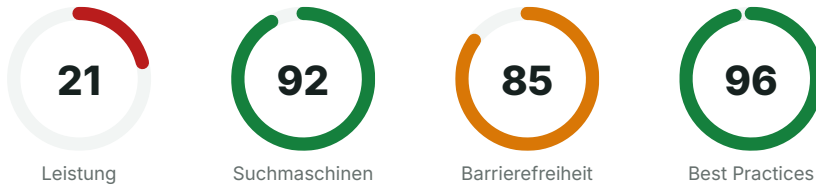
Seitentitel	Haustechnik, Heizung im Raum Musterstadt - erneuerbare Energien (63 Zeichen)	●
Beschreibung	Heizung, Lüftung, Sanitär, Elektro. Ob Sie neu bauen oder renovieren: Muster Haustechnik GmbH bietet Ihnen di... (191 Zeichen)	●
Hauptüberschrift	Ihr Experte für Haustechnik, Heizung und erneuerbare Energien in Musterstadt	●
Textmenge	1200 Wörter	●
Antwortzeit Server	938 ms	●
Seitengröße (HTML)	380 KB	●
Sprache	de	●
System	Divi v.4.27.6	●

ANALYSE

Am Handy deutlich zu langsam.

Google misst mit dem Werkzeug PageSpeed Insights, wie schnell die Startseite lädt, und bewertet vier Bereiche von 0 bis 100. Die Werte am Handy zählen doppelt: Google bewertet Websites nach ihrer mobilen Fassung, und der Großteil der Suchen kommt vom Handy.

AM HANDY



DIE MESSWERTE

MESSWERT	HANDY	COMPUTER	ZIEL
Größtes Element sichtbar (LCP)	6,5 s	–	unter 2,5 s
Erster Inhalt sichtbar (FCP)	2,6 s	–	unter 1,8 s
Blockierzeit (TBT)	931 ms	–	unter 200 ms
Layout-Verschiebung (CLS)	0,60	–	unter 0,1
Speed Index	11,3 s	–	unter 3,4 s

Für echte Besucherdaten hat die Website bei Google zu wenig Aufrufe; die Werte stammen aus der Labormessung.

DIE GRÖSSTEN BREMSEN

- ◆ Reduziere nicht verwendete CSS (bis zu 1,1 s schneller)
- ◆ Reduziere nicht verwendetes JavaScript (bis zu 0,1 s schneller)

EMPFEHLUNG

Bilder und Zusatzprogramme zuerst

Die meisten langsamen Websites scheitern an zu großen Bildern und zu vielen eingebundenen Programmen (Schriften, Karten, Slider, Tracking). Bilder auf die angezeigte Größe verkleinern und als WebP speichern, Nicht-Benötigtes entfernen, den Rest verzögert laden. Danach neu messen.

ANALYSE

10 Seiten geprüft. Auf 10 davon fehlt etwas.

Neben der Startseite wurden die Seiten aus Menü und Sitemap gelesen. Für jede Seite zählt, was Google im Suchergebnis zeigt (Titel und Beschreibung), ob eine Hauptüberschrift sagt, worum es geht, ob genug Text da ist und ob Bilder beschrieben sind.

0

Seiten ohne Beschreibung für Google

5

Seiten mit fehlendem, doppeltem oder unpassend langem Titel

0

Seiten mit weniger als 250 Wörtern

99/120

Bilder ohne Bildbeschreibung

SEITE	TITEL	BESCHR.	H1	WÖRTER	O. ALT	BEFUNDE
/ (Startseite)	63	191	ja	1200	11/17	Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/karriere/	45	152	ja	832	9/12	Bilder ohne Beschreibung
/waerme/	61	203	ja	1004	12/19	Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/luft/	76	200	ja	823	5/6	Titel zu lang, Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/wasser/	67	173	ja	897	11/12	Titel zu lang, Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/strom/	81	247	ja	953	5/7	Titel zu lang, Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/smart-home/	72	172	ja	795	12/12	Titel zu lang, Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/leistungen/	71	221	ja	1086	14/15	Titel zu lang, Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/ueber-uns/	34	192	ja	916	17/17	Beschreibung zu lang, Bilder ohne Beschreibung
/kontakt/	33	126	ja	515	3/3	Bilder ohne Beschreibung

Titel: 25 bis 65 Zeichen, Beschreibung: 70 bis 165 Zeichen (darüber schneidet Google ab). Grün im Rahmen, orange außerhalb, rot fehlt.

EMPFEHLUNG

Jede Seite braucht einen eigenen Treffertext

Titel und Beschreibung sind das, was Suchende bei Google zuerst lesen. Jede Seite sollte einen eigenen Titel mit Leistung und Ort haben und eine Beschreibung, die sagt, was den Besucher erwartet und warum er klicken soll. Doppelte oder fehlende Texte lässt Google im Zweifel weg oder ersetzt sie. Vorschläge für die wichtigsten Seiten folgen in Teil 2.

**83 % der Bilder
sind für Google unsichtbar.**

99 von 120 Bildern auf den geprüften Seiten haben keine Bildbeschreibung. Für die Bildersuche existieren sie nicht, und wer auf Vorlesesoftware angewiesen ist, erfährt nicht, was darauf zu sehen ist.

2

Was verbessert werden muss.

Die Texte, die Google im Suchergebnis zeigt, die Suchbegriffe, die fehlen, und jeder Befund mit Folge und Lösung.

Treffertexte

Suchbegriffe

Befunde im Detail

EMPFEHLUNG

Treffertexte bei Google: vorher und nachher.

Der Seitentitel ist die blaue Zeile im Suchergebnis, die Beschreibung der graue Text darunter. Beides entscheidet, ob jemand auf die Website klickt oder auf den Eintrag daneben. Beides ist mit wenigen Minuten pro Seite in der Website-Verwaltung änderbar.

HEUTE BEI GOOGLE		VORSCHLAG
muster-haustechnik.at ›		muster-haustechnik.at ›
Haustechnik, Heizung im Raum Musterstadt - erneuerbare Energi...		Haustechnik & Heizung Musterstadt: erneuerbare Energien
Heizung, Lüftung, Sanitär, Elektro. Ob Sie neu bauen oder renovieren: Muster Haustechnik GmbH bietet Ihnen die besten Lösungen zu Haustechnik und erneuerbare E...		Wärmepumpe, Heizung, Sanitär und Elektrotechnik in Musterstadt: Muster Haustechnik GmbH berät Sie zu Neubau und Sanierung. Jetzt Kontakt aufnehmen.
SEITE	HEUTE	VORSCHLAG
Startseite	Haustechnik, Heizung im Raum Musterstadt - erneuerbare Energien (63) Heizung, Lüftung, Sanitär, Elektro. Ob Sie neu bauen oder renovieren: Muster Haustechnik GmbH bietet Ihnen die besten L... (191)	Haustechnik & Heizung Musterstadt: erneuerbare Energien (55) Wärmepumpe, Heizung, Sanitär und Elektrotechnik in Musterstadt: Muster Haustechnik GmbH berät Sie zu Neubau und Sanierung. Jetzt Kontakt aufnehmen. (147)
/waerme/	Wärmetechnik und Heizungstechnik in Musterstadt - Heiztechnik (61) Muster Haustechnik GmbH bietet moderne Lösungen wie Wärmepumpen und Biomasseheizungen für ein behagliches und umweltfre... (203)	Wärmetechnik & Heizungstechnik in Musterstadt (45) Wärmepumpen und Biomasseheizungen für Ihr Zuhause: Muster Haustechnik GmbH plant und montiert Ihre neue Heizung in Musterstadt. Jetzt Beratung anfragen. (152)
/luft/	Lüftungstechnik und Wohnraumlüftung in Musterstadt - Muster Haustechnik GmbH (76) Muster sorgt für frische, temperierte Luft in Ihrem Zuhause. Erfahren Sie mehr über Lüftungstechnik und kontrollierte W... (200)	Lüftungstechnik & Wohnraumlüftung Musterstadt (45) Kontrollierte Wohnraumlüftung für frisches Raumklima: Muster Haustechnik GmbH installiert moderne Lüftungssysteme in Musterstadt. Jetzt Termin vereinbaren. (155)
/wasser/	Sanitärtechnik und Wasserinstallationen in Musterstadt und Umgebung (67) Entdecken Sie hochwertige Sanitärtechnik und Wasserinstallationen in Musterstadt. Muster Haustechnik GmbH bietet maßges... (173)	Sanitärtechnik & Wasserinstallation Musterstadt (47) Neues Bad oder Wasserinstallation gesucht? Muster Haustechnik GmbH plant maßgeschneiderte Sanitärtechnik in Musterstadt und Umgebung. Jetzt anfragen. (149)
/strom/	Elektrotechnik und Elektroinstallationen in Musterstadt - Muster Haustechnik Gm... (81) Erfahren Sie mehr über moderne Elektrotechnik und Elektroinstallationen in Musterstadt. Muster Haustechnik GmbH bietet... (247)	Elektrotechnik & Elektroinstallation Musterstadt (48) Smart Home und Photovoltaik gesucht? Muster Haustechnik GmbH übernimmt Elektroinstallationen in Musterstadt. Jetzt unverbindlich Kontakt aufnehmen. (147)

SEITE	HEUTE	VORSCHLAG
/leistungen/	Sanierung in Musterstadt bei Haus, Heizung, Wasser, Sanitär und Lüftung (71) Umfassenden Haustechnik Leistungen der Firma Muster in Musterdorf in Musterstadt. Wir bieten Planung, Wartung, Reparatu... (221)	Sanierung Haustechnik: Heizung, Wasser, Lüftung Musterstadt (59) Planung, Wartung und Montage von Wärmepumpen, Sanitär und Lüftung: Muster Haustechnik GmbH saniert Ihre Haustechnik in Musterstadt. Jetzt anfragen. (147)
/kontakt/	Kontakt - Muster Haustechnik GmbH (33) Hier können Sie schnell und unkompliziert in Kontakt mit unserem Unternehmen treten. Wir freuen uns auf Sie und Ihre Pr... (126)	Kontakt zu Muster Haustechnik GmbH in Musterstadt (49) Fragen zu Heizung, Sanitär oder Elektrotechnik? Nehmen Sie direkt Kontakt zu Muster Haustechnik GmbH in Musterstadt auf und schildern Sie Ihr Anliegen. (151)
/ueber-uns/	Über uns - Muster Haustechnik GmbH (34) Menschen, die Ideen haben und wissen, wie man diese umsetzt. Das ist die Motivation von Max Muster, als er in seiner We... (192)	Über uns: Muster Haustechnik GmbH aus Musterstadt (49) Vom Familienbetrieb zum Haustechnik-Unternehmen: Lernen Sie Muster Haustechnik GmbH aus Musterstadt und die Geschichte dahinter kennen. Jetzt mehr erfahren. (156)

MASSNAHME

So sieht ein guter Treffertext aus

Titel mit 45 bis 60 Zeichen: zuerst die Leistung, dann der Ort, am Ende der Firmenname. Beschreibung mit 130 bis 155 Zeichen: was der Besucher bekommt, ein konkreter Vorteil, eine Aufforderung („Jetzt anfragen“). Jede Seite bekommt eigene Texte, keine Seite heißt „Home“ oder „Startseite“.

ANALYSE

1 Suchbegriff fehlen auf der ganzen Website.

Google zeigt eine Seite nur für Begriffe, die darauf vorkommen. Geprüft wurde, ob die Begriffe, nach denen Kunden dieser Branche typischerweise suchen, auf den 10 geprüften Seiten stehen, wie oft, und ob es eine Seite gibt, die sie schon im Titel trägt.

SUCHBEGRIFF	VORKOMMEN	SEITEN	IM TITEL
„Installateur Notdienst“	kommt nicht vor	–	nein
„Heizung tauschen“	 2×	2	nein
„Wärmepumpe“	 32×	10	nein
„Bad sanieren“	 2×	2	nein

Gezählt werden Wortstämme, also auch Mehrzahl und Beugungen. Ortszusätze wie „in der Nähe“ werden nicht mitgezählt.

EMPFEHLUNG

Für jede Leistung eine eigene Seite

Für „Installateur Notdienst“ gibt es auf der Website keinen Text. Solange das so ist, erscheint die Website bei diesen Suchen nicht, egal wie gut sie sonst gemacht ist. Am wirksamsten ist je Leistung eine eigene Seite mit dem Begriff im Titel und in der Hauptüberschrift, 400 bis 800 Wörtern Text, eigenen Fotos und einer Anfragemöglichkeit.

MASSNAHME

Begriffe, die schon im Text stehen, aber in keinem Seitentitel („Heizung tauschen“, „Wärmepumpe“, „Bad sanieren“): in den Titel der passendsten Seite aufnehmen. Das ist die günstigste Verbesserung in diesem Bericht.

ANALYSE

Alle Befunde im Detail.

3 kritische Punkte und 6 Punkte mit Verbesserungsbedarf, nach Dringlichkeit sortiert. Jeder Punkt nennt den Befund, was er für den Betrieb bedeutet und was zu tun ist.

KRITISCH Google PageSpeed (Mobil)

Für den Webdesigner

Befund: Google bewertet die mobile Ladeleistung mit 21 von 100 Punkten. (21/100)

Folge: Google misst die Ladezeit am Handy und bewertet sie mit. Ein schwacher Wert kostet Platzierungen und jene Besucher, die nicht warten.

Zu tun: Google misst mit denselben Werten, die auch fürs Ranking zählen (Core Web Vitals). Größte Hebel: Bilder verkleinern und als WebP ausliefern, Caching, weniger Scripts, schnelleres Hosting.

KRITISCH Bildbeschreibungen (Alt-Texte)

Selbst machbar

Befund: 11 von 17 Bildern haben keine Beschreibung. (11/17)

Folge: Bilder ohne Beschreibung sind für die Google-Bildersuche unsichtbar und für sehbehinderte Besucher stumm. Referenzfotos bringen so keine einzige Anfrage.

Zu tun: Alt-Texte beschreiben Bilder für Google und für sehbehinderte Menschen. Jedes inhaltliche Bild braucht eine kurze Beschreibung, z. B. „Eichenholz-Küche mit Kochinsel, Tischlerei Muster“. Rein dekorative Bilder bekommen ein leeres alt="".

KRITISCH Anzahl geladener Script-Dateien

Für den Webdesigner

Befund: 35 externe Script-Dateien werden geladen. (35)

Folge: Viele Zusatzprogramme bremsen den Seitenaufbau und erhöhen das Risiko von Fehlern und Datenschutzproblemen.

Zu tun: Viele Scripts (Plugins, Tracker, Slider, Schriftarten) verlangsamen die Seite spürbar. Jedes Plugin, das nicht zwingend nötig ist, entfernen; Scripts zusammenfassen und verzögert laden.

VERBESSERN Seitentitel (Title)

Selbst oder Webdesigner

Befund: Der Titel ist zu lang (63 Zeichen) und wird in Google abgeschnitten. (Haustechnik, Heizung im Raum Musterstadt - erneuerbare Energien)

Folge: Der Seitentitel ist die blaue Überschrift im Google-Ergebnis. Ist er leer, nichtssagend oder abgeschnitten, klicken Suchende auf den Eintrag daneben.

Zu tun: Der Seitentitel ist die blaue Überschrift in den Google-Ergebnissen und der wichtigste einzelne Rankingfaktor auf der Seite. Empfehlung: 30 bis 60 Zeichen, Leistung + Ort + Firmenname, z. B. „Tischlerei in Gmunden | Maßmöbel & Küchen | Muster GmbH“.

VERBESSERN

Seitenbeschreibung (Meta Description)

Selbst oder Webdesigner

Befund: Die Beschreibung ist zu lang (177 Zeichen) und wird abgeschnitten. (Heizung, Lüftung, Sanitär, Elektro. Ob Sie neu bauen oder renovieren: Muster Haustechnik GmbH bietet Ihnen die besten Lösungen zu Haustechnik und erneuerbare Energien im Großraum Musterstadt.)

Folge: Fehlt die Beschreibung, setzt Google einen beliebigen Textschnipsel ein. Damit bleibt die einzige kostenlose Werbefläche im Suchergebnis ungenutzt.

Zu tun: Die Beschreibung ist der graue Text unter dem Titel in Google. Sie entscheidet, ob jemand klickt. 70 bis 155 Zeichen, konkret formulieren, mit Nutzen und Aufforderung, z. B. „Familienbetrieb seit 1985. Beratung vor Ort, fixe Preise, Montage inklusive. Jetzt Termin sichern.“

VERBESSERN

Antwortzeit des Servers

Für den Webdesigner

Befund: Die Startseite wurde in 0,9 Sekunden geladen (HTML, ohne Bilder). (938 ms)

Folge: Jede Sekunde Wartezeit kostet Besucher. Wer am Handy länger als drei Sekunden auf eine Seite wartet, ist meist weg.

Zu tun: Jede Sekunde Wartezeit kostet Besucher. Ursachen sind meist ein langsamer Tarif beim Hoster, fehlendes Caching oder zu viele Plugins. Caching aktivieren (WordPress: z. B. WP Rocket oder LiteSpeed Cache), Hosting-Tarif prüfen.

VERBESSERN

Telefonnummer antippbar

Selbst machbar

Befund: Eine Telefonnummer steht auf der Seite, ist am Handy aber nicht antippbar.

Folge: Wer am Handy nicht mit einem Tippen anrufen kann, muss die Nummer abschreiben. Ein Teil der Interessenten lässt es dann bleiben.

Zu tun: Ein Großteil der Besucher kommt vom Handy. Die Nummer als Link (href="tel:+43...") einbauen, am besten oben im Kopfbereich und im Footer. Das ist eine der einfachsten Maßnahmen mit direkter Wirkung auf Anfragen.

VERBESSERN

Verknüpfung mit Google Maps / Unternehmensprofil

Selbst machbar

Befund: Keine Verknüpfung zu Google Maps oder dem Google-Unternehmensprofil gefunden.

Folge: Die Verbindung zum Google-Unternehmensprofil fehlt. Bei Suchen „in der Nähe“ entscheidet dieses Profil, wer in der Karte erscheint.

Zu tun: Für regionale Betriebe bringt das Google-Unternehmensprofil (Maps-Eintrag) oft mehr Anfragen als die Website selbst. Profil anlegen bzw. beanspruchen, Website eintragen, Karte oder Link auf der Kontaktseite einbinden und Bewertungen sammeln.

VERBESSERN

Größe der Startseite (HTML)

Für den Webdesigner

Befund: Das HTML der Startseite ist 380 KB groß. (380 KB)

Folge: Die Seite ist schwer. Das bremst vor allem am Handy im Mobilfunknetz.

Zu tun: Sehr großes HTML deutet auf Page-Builder mit viel Ballast hin. Das bremst vor allem am Handy. Nicht genutzte Plugins und Module entfernen, Seite verschlanken.

3

Der Fahrplan.

Alle Maßnahmen in der Reihenfolge, in der sie am meisten bringen, und wer sie am besten übernimmt.

Zuerst

Danach

Laufend

Kontakt

MASSNAHME

Der Fahrplan. Nach Wirkung geordnet.

Die Reihenfolge folgt der Wirkung: Zuerst, was fehlt und am schwersten wiegt, dann die Grundlagen, zuletzt der Feinschliff. Bei jedem Schritt steht, wer ihn am besten übernimmt.

Zuerst

Was fehlt oder falsch ist und am schwersten wiegt.

Google PageSpeed (Mobil)

Google misst mit denselben Werten, die auch fürs Ranking zählen (Core Web Vitals).

Webdesigner

Danach

Die Grundlagen, damit Google die Seiten richtig einordnet.

Bildbeschreibungen (Alt-Texte)

Alt-Texte beschreiben Bilder für Google und für sehbehinderte Menschen.

selbst machbar

Anzahl geladener Script-Dateien

Viele Scripts (Plugins, Tracker, Slider, Schriftarten) verlangsamen die Seite spürbar.

Webdesigner

Seitentitel (Title)

Der Seitentitel ist die blaue Überschrift in den Google-Ergebnissen und der wichtigste einzelne Rankingfaktor auf der Seite.

selbst oder Webdesigner

Seitenbeschreibung (Meta Description)

Die Beschreibung ist der graue Text unter dem Titel in Google.

selbst oder Webdesigner

Antwortzeit des Servers

Jede Sekunde Wartezeit kostet Besucher.

Webdesigner

Telefonnummer antippbar

Ein Großteil der Besucher kommt vom Handy.

selbst machbar

Seitentitel und Beschreibungen überarbeiten

5 Titel und 0 fehlende Beschreibungen, Vorschläge in Teil 2.

selbst machbar

Laufend

Feinschliff und Inhalte, die über Monate wirken.

Verknüpfung mit Google Maps / Unternehmensprofil

Für regionale Betriebe bringt das Google-Unternehmensprofil (Maps-Eintrag) oft mehr Anfragen als die Website selbst.

selbst machbar

Größe der Startseite (HTML)

Sehr großes HTML deutet auf Page-Builder mit viel Ballast hin.

Webdesigner

Fehlende Suchbegriffe mit eigenen Inhalten abdecken

1 Begriffe kommen nicht vor, am besten je Leistung eine eigene Seite.

selbst oder Webdesigner

Bildbeschreibungen ergänzen

99 Bilder, je ein kurzer Satz, was zu sehen ist.

selbst machbar

WAS BEREITS PASST (23)

- Verschlüsselte Verbindung (HTTPS)
- Seite für Google freigegeben
- Gewicht der Bilder
- Datenschutzerklärung verlinkt
- Startseite erreichbar
- Für Smartphones eingerichtet (Viewport)
- Impressum verlinkt
- Weiterleitung von http:// auf https://

- Hauptüberschrift (H1)
- Textmenge auf der Startseite
- Strukturierte Firmendaten (Schema.org)
- XML-Sitemap
- Canonical-Adresse
- Schriftarten von Google-Servern
- robots.txt
- Interne Verlinkung
- Unsichere Inhalte auf sicherer Seite
- Vorschau beim Teilen (WhatsApp, Facebook, LinkedIn)
- Kontaktmöglichkeit auf der Startseite
- Gliederung mit Zwischenüberschriften
- Sprachangabe der Seite
- Favicon (Symbol im Browser-Tab)
- Verknüpfung mit Social-Media-Profilen

HINWEISE OHNE HANDLUNGSDRUCK

Sichtbare System-Version: System erkannt: Divi v.4.27.6.

Aktualität (Jahreszahl im Footer): Keine Jahresangabe gefunden.

EMPFEHLUNG

Selbst umsetzen oder umsetzen lassen.

Die Grundlage der Website ist technisch und rechtlich solide, der größte Hebel liegt bei der mobilen Ladezeit und der antippbaren Telefonnummer. Wer diese beiden Punkte behebt und den Suchbegriff „Installateur Notdienst“ ergänzt, schließt die deutlichsten Lücken zwischen aktueller Sichtbarkeit und tatsächlichem Anfragepotenzial.

Der Bericht ist so geschrieben, dass Sie oder Ihr Webdesigner die Punkte direkt abarbeiten können. Punkte „Selbst machbar“ lassen sich meist in der Website-Verwaltung erledigen; Punkte „Für den Webdesigner“ am besten gesammelt übergeben.

Fortschritt prüfen

Über Ihren persönlichen Link können Sie die Website nach der Umsetzung erneut prüfen lassen und sehen, was sich verbessert hat: seo-checker.pro/bericht/beispiel



UNTERSTÜTZUNG BEI DER UMSETZUNG

Wir helfen gerne bei der Optimierung, wenn gewünscht.

Von einzelnen Punkten bis zur Umsetzung des ganzen Fahrplans. Ein unverbindliches Gespräch genügt; bringen Sie einfach diesen Bericht mit.

Dominik Raberger

Pixel Production GmbH
Hauptstraße 32, 4644 Scharnstein

0660 5642242

office@pixel-production.at
pixel-production.at

Dieser Bericht beruht auf einer automatischen Messung von muster-haustechnik.at am 23.09.2026 und auf Messwerten von Google PageSpeed Insights. Er ersetzt keine Rechtsberatung; die Hinweise zu Impressum, Datenschutz und Schriften sind allgemeiner Natur. SEO-Checker ist ein Angebot der Pixel Production GmbH.