

ad-aliens

SEO Audit Report

malermeister-schmidt.de

Erstellt am	29. Mai 2026
Erstellt von	ad-aliens KI-Marketing-Agent
CMS	WordPress 6.8.1 (Theme: Astra)
SEO-Plugin	Keines installiert
Seiten analysiert	6 Seiten
Ziel-Region	Dortmund und Umgebung
Gesamtbewertung	Handwerklich solide Seite, aber lokal kaum auffindbar

Deine Website macht einen sympathischen, handwerklich sauberen Eindruck: Sie läuft auf WordPress, ist verschlüsselt (HTTPS) und auf dem Handy gut bedienbar. Die echten Projektfotos schaffen Vertrauen.

Das große Problem: Wer in Dortmund nach einem Maler sucht, findet dich bei Google praktisch nicht. Deine Seite verrät Google an keiner Stelle eindeutig, **was** du anbietest und **wo** du arbeitest. Genau das entscheidet aber darüber, ob du bei „Maler Dortmund“ auftauchst oder nicht.

Die gute Nachricht: Das sind keine teuren Baustellen. Die wichtigsten Punkte kannst du an einem Nachmittag selbst erledigen. Die Top-3-Maßnahmen aus diesem Report können deine lokale Sichtbarkeit innerhalb von 4–8 Wochen spürbar verbessern.

Schnellübersicht

BEREICH	BEWERTUNG	WICHTIGSTE ERKENNTNIS
Lokale Auffindbarkeit	● Kritisch	Kein Ortsbezug, kein LocalBusiness-Schema
SEO-Grundlagen	● Kritisch	Kein SEO-Plugin installiert
Seitentitel	● Kritisch	Generische Titel wie „Startseite“
Meta-Beschreibungen	● Kritisch	Fehlen auf allen Seiten

Seitenstruktur & Inhalte	● Optimierbar	Alle Leistungen auf einer Seite, wenig Text
Bilder	● Optimierbar	Große Fotos, fehlende Alt-Texte
Mobile & Kontakt	● Optimierbar	Telefonnummer nicht klickbar
Technische Basis	● Gut	HTTPS aktiv, responsives Theme

1. Lokale Auffindbarkeit & SEO-Grundlagen

KRITISCH Finding #1: Kein SEO-Plugin installiert

WAS IST DAS?

Ein SEO-Plugin ist dein Werkzeugkasten, um Google die richtigen Infos über jede Seite zu geben — Seitentitel, Beschreibungen, strukturierte Daten. Ohne Plugin überlässt du all das dem Zufall.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Deine WordPress-Installation hat kein SEO-Plugin aktiv. Google bekommt dadurch nur das, was dein Theme zufällig ausgibt — und das ist bei dir sehr wenig.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Fast alle folgenden Probleme (Titel, Beschreibungen, Schema) lassen sich mit einem Plugin in Minuten lösen. Es ist die Grundlage für alles Weitere.

SO BEHEBST DU DAS IN WORDPRESS:

1. Gehe in deinem WordPress-Dashboard auf „Plugins“ → „Installieren“
2. Suche nach „Yoast SEO“ und klicke „Jetzt installieren“, dann „Aktivieren“
3. Folge dem Einrichtungs-Assistenten (Unternehmensart: „lokales Unternehmen“)
4. Damit erscheint künftig bei jeder Seite ein SEO-Bereich zum Bearbeiten

KRITISCH Finding #2: Generische Seitentitel ohne Ort & Leistung

WAS IST DAS?

Der Seitentitel ist die blaue, anklickbare Überschrift in den Google-Ergebnissen. Er ist das Erste, was Suchende sehen, und sagt Google, worum es geht.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Deine Startseite trägt den Titel „Startseite – Malermeister Schmidt“, die Leistungsseite heißt nur „Leistungen“. Begriffe wie „Maler“, „Dortmund“ oder „Fassade“ tauchen nicht auf. Wer „Maler Dortmund“ googelt, findet dich so kaum.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Ohne Leistung und Ort im Titel ordnet Google deine Seite keinem sinnvollen Suchbegriff zu. Genau die lokalen Suchen („Maler + Stadt“) bringen dir aber die Kundschaft.

SO BEHEBST DU DAS (NACH PLUGIN-INSTALLATION):

1. Seite im Editor öffnen, runter zum Yoast-SEO-Bereich scrollen
2. Auf „SEO-Titel bearbeiten“ klicken
3. Startseite z. B.:
Malermeister Schmidt – Ihr Maler in Dortmund | Fassade & Innenanstrich
4. Leistungsseite z. B.: Maler-Leistungen in Dortmund – Tapezieren, Lackieren, Fassade
5. „Aktualisieren“ klicken

KRITISCH Finding #3: Meta-Beschreibungen fehlen komplett**WAS IST DAS?**

Die Meta-Beschreibung ist der kurze Text unter dem Titel in den Suchergebnissen — dein Mini-Werbetext, der zum Klicken einlädt.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Keine deiner Seiten hat eine Meta-Beschreibung. Google schnippelt sich daher selbst einen (oft unpassenden) Textfetzen aus dem Seiteninhalt zusammen.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Eine gute Beschreibung kann die Klickrate deutlich erhöhen — gerade bei lokalen Suchen, wo mehrere Betriebe nebeneinander stehen.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Im Yoast-Bereich „Meta-Beschreibung bearbeiten“ wählen
2. Pro Seite 150–160 Zeichen mit Ort, Leistung und einem klaren Nutzen schreiben
3. Beispiel Startseite: „Malerbetrieb in Dortmund seit 1998. Innen- und Fassadenanstrich, Tapezieren, Lackieren. Kostenloses Angebot – jetzt anrufen!“

KRITISCH Finding #4: Kein LocalBusiness-Schema (Google kennt deinen Standort nicht)**WAS IST DAS?**

Schema-Markup ist ein strukturierter „Steckbrief“ für Google: Firmenname, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Region. Damit kann Google dich als lokalen Betrieb einordnen und z. B. mit Adresse anzeigen.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Deine Seite übergibt Google keinerlei strukturierte Standortdaten. Für einen lokalen Handwerksbetrieb ist das die größte verschenkte Chance.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Lokale Suchergebnisse und der Karten-Bereich (das „Local Pack“) bevorzugen Betriebe mit eindeutigen, konsistenten Standortdaten. Ohne sie konkurrierst du nur schwer mit Kollegen, die das sauber haben.

SO BEHEBST DU DAS:

1. In Yoast unter „Einstellungen“ → „Seitendarstellung“ die Unternehmensart auf „Lokales Unternehmen“ stellen
2. Adresse, Telefon und Öffnungszeiten eintragen — exakt wie im Google-Unternehmensprofil
3. Achte darauf, dass Name, Adresse und Telefon (NAP) auf Website, Google-Profil und Impressum identisch geschrieben sind

2. Struktur, Inhalte & Bilder

OPTIMIERBAR Finding #5: Alle Leistungen auf einer einzigen Seite

WAS IST DAS?

Google rankt einzelne Seiten, nicht ganze Websites. Für jeden wichtigen Suchbegriff sollte es eine eigene, fokussierte Seite geben.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Tapezieren, Lackieren, Fassadenanstrich und Bodenbeläge stehen alle gemeinsam auf der Seite „Leistungen“. So kann keine davon gezielt für ihren eigenen Suchbegriff ranken.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Mit je einer Seite pro Leistung kannst du z. B. für „Fassadenanstrich Dortmund“ separat gefunden werden — ein zusätzlicher Eingang für neue Kunden.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Für die 3-4 wichtigsten Leistungen je eine eigene Seite anlegen (Seiten → Erstellen)
2. Jede Seite auf ein Keyword + Ort optimieren (Titel, Text, Fotos)
3. Die Leistungsübersicht behalten und auf die Detailseiten verlinken

OPTIMIERBAR Finding #6: Sehr wenig Text auf den Seiten

WAS IST DAS?

Google braucht Text, um zu verstehen, worum es geht. Reine Bildergalerien mit zwei, drei Sätzen liefern zu wenig.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Deine Leistungsseite hat unter 120 Wörter. Das ist zu wenig, um für aussagekräftige Suchbegriffe zu ranken.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Mehr hilfreicher Text (Ablauf, Materialien, Region, häufige Fragen) gibt Google Kontext und beantwortet gleichzeitig Kundenfragen.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Pro Leistungsseite 300-500 Wörter: Was, Ablauf, für wen, in welchem Gebiet
2. Echte Fragen deiner Kunden aufgreifen (z. B. „Wie lange dauert ein Fassadenanstrich?“)
3. Ort und Leistung natürlich im Text verwenden — nicht künstlich häufen

OPTIMIERBAR Finding #7: Große, unkomprimierte Projektfotos**WAS IST DAS?**

Große Bilddateien machen die Seite langsam — besonders auf dem Handy und im mobilen Netz.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Mehrere Fotos in der Referenzgalerie sind 3–5 MB groß und direkt aus der Kamera eingebunden. Die Startseite lädt dadurch mobil spürbar langsam.

WARUM IST DAS WICHTIG?

Ladegeschwindigkeit ist ein Google-Ranking-Faktor — und langsame Seiten verlieren ungeduldige Besucher, bevor sie überhaupt etwas gesehen haben.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Plugin „ShortPixel“ oder „Imagify“ installieren
2. Automatische Komprimierung + WebP-Konvertierung aktivieren
3. Bestehende Bilder per „Bulk-Optimierung“ verkleinern lassen

OPTIMIERBAR Finding #8: Fehlende Alt-Texte bei Bildern**WAS IST DAS?**

Ein Alt-Text beschreibt ein Bild im Code. Er hilft Google (und der Google-Bildersuche) zu verstehen, was zu sehen ist, und ist wichtig für Barrierefreiheit.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Die meisten Projektfotos haben keinen Alt-Text. Damit verschenkst du Treffer in der Bildersuche, gerade bei „vorher/nachher“-Fotos.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Medien → Bibliothek öffnen
2. Bei jedem Foto das Feld „Alternativtext“ ausfüllen
3. Konkret beschreiben, z. B. „Fassadenanstrich Einfamilienhaus Dortmund-Hörde, hellgrau“

OPTIMIERBAR Finding #9: Telefonnummer nicht klickbar**WAS IST DAS?**

Auf dem Handy sollte ein Tipp auf die Telefonnummer direkt den Anruf starten. Das geht nur, wenn die Nummer als Telefon-Link hinterlegt ist.

WAS HABEN WIR GEFUNDEN?

Deine Nummer steht als reiner Text in der Kopfzeile. Mobile Nutzer müssen sie abtippen — viele tun das nicht und springen ab.

SO BEHEBST DU DAS:

1. Nummer im Editor markieren und als Link hinterlegen
2. Als Ziel `tel:+49231XXXXXX` eintragen (deine Nummer im Format mit +49)
3. Zusätzlich einen gut sichtbaren „Jetzt anrufen“-Button einbauen

3. Das machst du gut

- ✓ **HTTPS aktiv:** Deine Seite ist verschlüsselt — wichtig fürs Kontaktformular und ein Google-Pluspunkt.
- ✓ **Responsives Theme:** Die Seite ist auf dem Handy gut bedienbar. Da kommen die meisten lokalen Suchen her.
- ✓ **Google-Unternehmensprofil vorhanden:** Du bist bei Google Maps gelistet — eine starke Basis, die jetzt mit der Website zusammenspielen sollte.
- ✓ **Echte Projektfotos:** Eigene Vorher/Nachher-Bilder schaffen mehr Vertrauen als jedes Stockfoto.
- ✓ **Saubere, lesbare URLs:** z. B. `/leistungen/` statt kryptischer Zeichen.

4. Dein Aktionsplan

Sortiert nach Wirkung und Aufwand. Starte oben.

Sofort (unter 1 Stunde)

#	Maßnahme	Wo	Wirkung
1	SEO-Plugin (Yoast) installieren	Plugins → Installieren	Hoch
2	Telefonnummer klickbar machen	Editor / Header	Mittel

Diese Woche (2-4 Stunden)

#	Maßnahme	Wo	Wirkung
3	Titel mit Ort + Leistung für alle Seiten	Yoast → Titel	Hoch
4	Meta-Beschreibungen ergänzen	Yoast → Beschreibung	Hoch
5	LocalBusiness-Daten eintragen (NAP)	Yoast → Seitendarstellung	Hoch
6	Alt-Texte für Fotos ergänzen	Medien → Bibliothek	Mittel

Diesen Monat

#	Maßnahme	Wo	Wirkung
7	Eigene Seite pro Leistung anlegen	Seiten → Erstellen	Hoch
8	Mehr Text auf Leistungsseiten	Seiten-Editor	Mittel
9	Bilder komprimieren (WebP)	ShortPixel-Plugin	Mittel

Langfristig (laufend)

#	Maßnahme	Empfehlung	Wirkung
10	Kundenbewertungen sammeln	Aktiv im Google-Profil nachfragen	Sehr hoch
11	Ratgeber-Beiträge schreiben	z. B. „Welche Fassadenfarbe?“	Mittel

Nächster Schritt: Probleme sofort lösen

Dieser Audit hat die Probleme aufgedeckt. Beim Beheben können dir unsere KI-Agenten Arbeit abnehmen:

Title & Description Optimizer

Für jede deiner Seiten ein fertig formulierter, lokal optimierter Titel und eine Meta-Beschreibung — inklusive Begründung. Du machst nur noch Copy-Paste in Yoast.

Preis: 5 € | Lieferung: sofort

Local-SEO-Starter

Fertige LocalBusiness-Daten, ein NAP-Konsistenz-Check (Website / Google-Profil / Impressum) und eine Schritt-für-Schritt-Anleitung speziell für deinen Betrieb in Dortmund.

Preis: 9 € | Lieferung: sofort

Content-Plan für Handwerksbetriebe

Keyword-Recherche für deine Region und Gewerke mit 15+ Themenideen, jeweils mit Suchbegriff und kurzem Briefing — dein Redaktionsplan für die nächsten Monate.

Preis: 10 € | Lieferung: sofort

Dieser Report wurde von einem ad-aliens KI-Marketing-Agenten erstellt. Die Analyse basiert auf öffentlich zugänglichen Daten der Website. „Malermeister Schmidt“ ist ein fiktives Beispiel zur Veranschaulichung. Fragen? hello@ad-aliens.com