Muster GmbH – Unternehmenswebsite

www.muster-gmbh.example/

Muster GmbH · Beispieldaten, kein echter Prüfbericht

Stand: 03.08.2026, 05:14 Uhr

30

Schwach

Techniknote (0-100)

Trend: +13 Punkte seit der letzten Prüfung (vorher 17, jetzt 30)

115 offene Maßnahmen

13 kritisch 102 zu prüfen

Nach Themen

Sicherheit	41	Tempo & Ladezeit	23
Auffindbarkeit bei Google	34	Rechtliches & Datenschutz	18
Barrierefreiheit	-- ohne Zahl	Technik & Erreichbarkeit	43

Je Thema 0 bis 100 Punkte, höher ist besser. Zur Barrierefreiheit weisen wir bewusst keine Zahl aus: Eine automatisierte Prüfung erfasst nur einen Teil der Anforderu

Zusammenfassung

Die Techniknote der Website ist aktuell „Schwach“ (30 von 100 Punkten).
Seit dem letzten Bericht: 9 Befunde behoben und bestätigt, 3 neu erkannt, 1 wieder aufgetreten.
Aktuell offen: 115 Befunde – davon 13 kritisch und 102 zu prüfen. Die Details stehen weiter unten nach Themen geordnet.

Dieser Bericht hält technische Feststellungen zum Zeitpunkt der Prüfung fest. Er enthält keine Bewertung des Einzelfalls und keine Rechtsberatung.

Empfohlene nächste Schritte

Vorschlag für die Reihenfolge, gewichtet nach Wirkung und Aufwand. Alle Befunde stehen vollständig weiter unten.

1. **Zugangsdaten sind öffentlich abrufbar (/.env)** — sofort prüfen
   Diese Datei SOFORT vom Server entfernen lassen und alle darin enthaltenen Kennwörter und Schlüssel überall dort ändern, wo sie gelten. Die Datei gehört nie ins Webverzeichnis.
2. **1 von 3 Adressen scheitert an einem angehängten Parameter** — sofort prüfen
   Unbekannte Parameter müssen ignoriert werden, nicht zum Abbruch führen. Ihre Agentur prüft die Adressverarbeitung und den vorgeschalteten Zwischenspeicher.
3. **Adresse nicht mehr erreichbar: /leistungen/beratung/** — sofort prüfen
   Eine dauerhafte Weiterleitung auf die inhaltlich passende neue Adresse einrichten (Code 301). Gibt es keine Entsprechung, bleibt der Code 404 richtig. Das richtet Ihre Agentur oder Ihr…
4. **Ein Formular sendet an eine Adresse, die es nicht gibt** — sofort prüfen
   Lassen Sie die Empfangsadresse des Formulars von Ihrer Agentur prüfen. Häufigste Ursache ist ein Serverumzug, bei dem das verarbeitende Skript zurückgeblieben ist.
5. **Ein Formular sendet an eine unverschlüsselte Adresse** — sofort prüfen
   Ihre Agentur ändert die Empfangsadresse des Formulars auf „https://". Aufwand wenige Minuten.

Inhalt & Angaben

1 kritisch, 4 zu prüfen

KRITISCH

Knopf „Termin buchen“ führt ins Leere

Der Knopf auf der Startseite öffnet eine Fehlerseite des Buchungsanbieters.

Warum das zählt: Wer online einen Termin sucht, bricht hier ab. Diese Anfragen gehen verloren, ohne dass Sie davon erfahren.

Zu tun: Prüfen Sie Ihr Konto beim Buchungsanbieter. Wir tragen danach die neue Adresse ein.

Persönlich geprüft · gefunden auf www.muster-gmbh.example/

WARNUNG

Öffnungszeiten: Startseite und Kontaktseite weichen ab

Die Startseite nennt samstags 9 bis 13 Uhr. Die Kontaktseite nennt samstags „geschlossen“.

Warum das zählt: Kunden lesen meist nur eine der beiden Seiten. Wer am Samstag vor verschlossener Tür steht, kommt selten wieder.

Zu tun: Bitte nennen Sie uns die gültigen Zeiten. Wir gleichen beide Seiten an.

Persönlich geprüft · gefunden auf www.muster-gmbh.example/kontakt

WARNUNG

Hinweis auf Betriebsferien ist abgelaufen

Auf der Startseite steht noch „Betriebsferien bis 14.08.2025“.

Warum das zählt: Ein Jahr alter Hinweis lässt Besucher zweifeln, ob die übrigen Angaben stimmen.

Zu tun: Entfernen Sie den Hinweis oder geben Sie uns kurz Bescheid. Für künftige Ferien lässt sich ein Enddatum hinterlegen.

Persönlich geprüft · gefunden auf www.muster-gmbh.example/

WARNUNG

Platzhalter auf der Seite „Team“

Unter dem dritten Foto steht „Max Mustermann, Position“.

Warum das zählt: Ein Platzhalter wirkt, als sei die Website unfertig. Besucher schließen daraus auf den Betrieb.

Zu tun: Schicken Sie uns Name und Aufgabe der Person. Alternativ nehmen wir den Eintrag heraus.

Persönlich geprüft · gefunden auf www.muster-gmbh.example/team

WARNUNG

Stellenanzeige ohne Zusatz (m/w/d)

Die Anzeige „Verkäufer gesucht“ nennt nur die männliche Form.

Warum das zählt: Eine Anzeige, die nur ein Geschlecht anspricht, kann eine Entschädigungsforderung nach dem AGG auslösen.

Zu tun: Ergänzen Sie den Titel um „(m/w/d)“. Das erledigen wir mit der nächsten Pflege.

Persönlich geprüft · gefunden auf www.muster-gmbh.example/karriere

ZUR EINORDNUNG

Neu seit 19.06.2026: Knopf zum Widerruf im Online-Shop

Ihr Shop verkauft an Privatkunden. Für solche Shops gilt seit 19.06.2026 eine neue Pflicht zum Widerrufsknopf.

Warum das zählt: Fehlt der Knopf, drohen Abmahnungen durch Mitbewerber.

Zu tun: Wir schlagen Ihnen eine Umsetzung vor. Sprechen Sie uns an, wenn Sie Fragen dazu haben.

Persönlich geprüft

Sicherheit

3 kritisch, 15 zu prüfen

KRITISCH

Zugangsdaten sind öffentlich abrufbar (/.env)

Die Adresse /.env Ihrer Website liefert eine Konfigurationsdatei mit Zugangsdaten-Mustern aus – ohne Anmeldung, für jeden abrufbar.

Warum das zählt: Datenbankkennwörter und Schnittstellen-Schlüssel stehen damit jedem offen, der die Adresse kennt oder rät. Automatisierte Angreifer probieren genau diese Pfade ständig durch.

Zu tun: Diese Datei SOFORT vom Server entfernen lassen und alle darin enthaltenen Kennwörter und Schlüssel überall dort ändern, wo sie gelten. Die Datei gehört nie ins Webverzeichnis.

KRITISCH

Ein Formular sendet an eine unverschlüsselte Adresse

Auf 1 von 128 Seiten (1 %) sendet ein Formular seine Eingaben an eine Adresse, die mit „http://" beginnt. Betroffen ist muster-gmbh.example/kontakt.

Warum das zählt: Was Besucher dort eintragen, geht offen über die Leitung und ist in fremden Netzen mitlesbar. Browser blenden vor dem Absenden eine Warnung ein.

Zu tun: Ihre Agentur ändert die Empfangsadresse des Formulars auf „https://". Aufwand wenige Minuten.

KRITISCH

Mehrere Anzeichen für eine Veränderung von außen treffen zusammen

Auf Ihrer Website treffen 2 Anzeichen zusammen: unsichtbare Verweise auf fremde Adressen, werbetypische Begriffe.

Warum das zählt: Einzeln hat jedes dieser Anzeichen harmlose Erklärungen. Gemeinsam treten sie überwiegend dann auf, wenn Inhalte ohne Wissen des Betreibers eingefügt wurden. Suchmaschinen reagieren darauf mit Rückstufung oder Ausschluss.

Zu tun: Lassen Sie den Quelltext der genannten Seiten und die Dateien auf dem Server prüfen. Das gehört in die Hand Ihrer Agentur oder Ihres Hosters.

IN ORDNUNG

Verschlüsselte Verbindung wird durchgesetzt

Aufrufe ohne Verschlüsselung werden auf die verschlüsselte Adresse umgeleitet.

Warum das zählt: Besucher landen unabhängig vom eingegebenen Link auf der verschlüsselten Adresse.

IN ORDNUNG

SSL-Zertifikat gültig bis 13.10.2026

Das Zertifikat ist noch 71 Tage gültig. Aussteller: Let’s Encrypt.

Warum das zählt: Geprüft wurde die verschlüsselte Erreichbarkeit der Startseite.

IN ORDNUNG

Ihre Website steht nicht auf Googles Warnliste

Abgefragt wurde https://muster-gmbh.example/ zum Zeitpunkt dieses Laufs. Google führt die Adresse in keiner der drei Kategorien.

Warum das zählt: Geprüft wurde genau diese eine Adresse, nicht jede Unterseite. Die Liste ändert sich täglich; die Aussage gilt für den Stand dieses Laufs.

IN ORDNUNG

Gesamtlaufzeit des Zertifikats: 90 Tage

Das Zertifikat wurde am 15.07.2026 ausgestellt und gilt 90 Tage. Damit liegt es innerhalb der zulässigen 398 Tage.

Warum das zählt: Alle gängigen Browser akzeptieren die Laufzeit. Über die Restlaufzeit sagt dieser Punkt nichts – die steht im Befund daneben.

IN ORDNUNG

Alle Bestandteile werden verschlüsselt geladen

Auf der Startseite wurden keine unverschlüsselt nachgeladenen Dateien gefunden.

Warum das zählt: Browser zeigen dadurch keine Warnung neben der Adresszeile.

WARNUNG

Verzeichnisinhalt wird automatisch angezeigt (/uploads/)

Mindestens ein Verzeichnis listet seine Dateien automatisch auf, statt eine Seite oder eine Ablehnung zu liefern.

Warum das zählt: Jeder kann die Dateiliste durchsehen – darunter sind regelmäßig Zwischenstände, Backups und Dokumente, die bewusst unverlinkt bleiben sollten.

Zu tun: Die automatische Verzeichnisanzeige beim Hoster abschalten (Option „Directory listing“/„Autoindex“) oder ein leeres index.html je Verzeichnis ablegen. Kleine Server-Einstellung.

WARNUNG

Ungenutzter Verweis auf GitHub Pages (blog.muster-gmbh.example)

Der Name blog.muster-gmbh.example zeigt auf muster-gmbh.github.io. Dort ist der Name jedoch nicht mehr hinterlegt – die Adresse löst ins Leere auf.

Warum das zählt: GitHub Pages vergibt solche Namen erneut. Wer ihn für sich beansprucht, kann Inhalte unter Ihrer Adresse ausliefern – bis dahin bleibt der Verweis selbst tot.

Zu tun: Den DNS-Eintrag entfernen lassen oder den Namen beim Dienst neu beanspruchen und dort auf Ihre Website zeigen lassen. Kleiner Eingriff beim DNS-Verwalter.

IN ORDNUNG

Das Zertifikat deckt Ihre Adresse ab, nicht aber die Schreibweise ohne „www.“

Enthalten ist www.muster-gmbh.example; die Schreibweise muster-gmbh.example fehlt. Ein Server kann für die zweite Schreibweise ein eigenes Zertifikat ausliefern; dieses hier deckt sie nicht ab.

Warum das zählt: Wer muster-gmbh.example aufruft, erreicht die Seite einwandfrei, sofern Ihr Server dort ein eigenes Zertifikat ausliefert. Ob diese Schreibweise angeboten wird, prüft diese Auswertung nicht.

Zu tun: Beim nächsten Zertifikat beide Schreibweisen aufnehmen lassen – üblich und kostenfrei.

WARNUNG

9 Links auf unverschlüsselte Adressen (http://)

Auf 6 von 128 Seiten (5 %) stehen Links, deren Adresse mit „http://“ statt „https://“ beginnt, zum Beispiel http://muster-gmbh.example/downloads und http://partner.example/preisliste.

Warum das zählt: Ist die Zielseite nicht für HTTPS eingerichtet, zeigt der Browser eine Warnung, und viele Besucher brechen dort ab. Bei Links auf Ihre eigene Website kostet die Weiterleitung auf HTTPS zusätzlich Ladezeit.

Zu tun: Ihre Agentur stellt die Links auf „https://“ um. Links auf fremde Websites nur dort, wo das Ziel es unterstützt.

WARNUNG

Die Innenansicht konnte nicht vollständig erhoben werden (1 Hinweis)

Die Schnittstelle Ihrer Website meldet Lücken bei der Erhebung. Ein Verzeichnis war für die Schnittstelle nicht lesbar. Dort abgelegte Module fehlen in der Aufstellung.

Warum das zählt: Was hier fehlt, fehlt auch in den übrigen Angaben dieses Abschnitts. Ein leerer Bestand ist dann keine Entwarnung.

Zu tun: Lassen Sie die genannten Ursachen von Ihrer Agentur oder Ihrem Hoster prüfen. Danach ist die Erhebung wieder vollständig.

IN ORDNUNG

Die Verschlüsselung läuft über eine aktuelle TLS-Version

Der Server verhandelt TLS 1.3. Ein Verbindungsaufbau ausschließlich über die veralteten Versionen TLS 1.0/1.1 wurde abgelehnt.

Warum das zählt: Damit entfällt ein klassischer Prüfpunkt bei Zahlungs- und Sicherheitsaudits.

WARNUNG

Zertifikatskette unvollständig — Zwischenzertifikat fehlt

Ihr Server liefert das Zertifikat der Website aus, aber nicht die Zwischenzertifikate. Die Prüfkette bis zur Zertifizierungsstelle (CA) bleibt deshalb lückenhaft.

Warum das zählt: Aktuelle Browser laden fehlende Zwischenzertifikate oft selbst nach. Ältere Geräte und Programme, die Ihre Website automatisiert abrufen, brechen stattdessen mit einer Sicherheitswarnung ab.

Zu tun: Beim Hoster die vollständige Kette eintragen (Endzertifikat samt Zwischenzertifikaten). Üblicherweise eine Einstellung oder ein erneuter Upload derselben Datei; Let’s Encrypt nennt dafür die Fassung „fullchain“.

WARNUNG

3 gemeldete Sicherheitslücken für die genannte WordPress-Version (6.2.2)

Der Quelltext Ihrer Startseite nennt WordPress 6.2.2. Für diese Version sind 3 Lücken gemeldet. Stand unseres Verzeichnisses: 28.07.2026.

Warum das zählt: Gemeldete Lücken sind öffentlich beschrieben. Angreifer suchen gezielt nach Websites, die eine betroffene Version nennen.

Zu tun: Aktualisieren Sie WordPress auf 6.2.4 oder neuer. Das ist eine Aktualisierung innerhalb Ihrer Reihe – ein Wechsel auf eine neue Hauptversion ist dafür nicht nötig.

Betroffen: nvd.nist.gov/vuln/detail/CVE-2024-31210 (CVE-2024-31210 · Schweregrad 7,6 von 10 · behoben in 6.2.4), nvd.nist.gov/vuln/detail/CVE-2023-5561 (CVE-2023-5561 · Schweregrad 5,3 von 10 · behoben in 6.2.3) (+1 weitere)

WARNUNG

Die genannte PHP-Version erhält keine Sicherheitsaktualisierungen mehr (PHP 7.4)

Der Server nennt PHP 7.4.33. Für diese Hauptversion endete die Sicherheitspflege am 28.11.2022. Stand unserer Angabe: 25.07.2026, Quelle ist php.net.

Warum das zählt: Werden in dieser Version Lücken bekannt, erscheint dafür keine Behebung mehr. Die Angabe stammt aus dem HTTP-Header Ihres Servers und muss nicht dem tatsächlich installierten Stand entsprechen.

Zu tun: Fragen Sie beim Hoster oder Ihrer Agentur nach der eingestellten PHP-Version und stellen Sie auf einen gepflegten Zweig um. Die Umstellung ist eine Hosting-Einstellung; vorher kurz die Verträglichkeit der

Website prüfen lassen.

WARNUNG

PHP 7.4 erhält keine Sicherheitsaktualisierungen mehr

Die Innenansicht Ihrer Website meldet PHP 7.4.33. Für diesen Zweig endete die Sicherheitspflege am 28.11.2022. Stand unserer Übersicht: 25.07.2026, Quelle ist php.net.

Warum das zählt: Werden in dieser Version Lücken bekannt, erscheint dafür keine Behebung mehr. Gemessen wurde die Version, unter der die Schnittstelle selbst läuft. Einzelne Verzeichnisse können abweichend eingestellt sein.

Zu tun: Lassen Sie die eingestellte PHP-Version beim Hoster auf einen gepflegten Zweig heben. Das ist eine Hosting-Einstellung; die Verträglichkeit der Website prüft Ihre Agentur vorher kurz.

WARNUNG

2 gemeldete Sicherheitslücken im Paket guzzlehttp/guzzle 6.5.7

Ihre Website setzt das Paket guzzlehttp/guzzle in der Version 6.5.7 ein. Mitgebracht wird es vom Modul GoogleClientAPI. Für diese Version sind 2 Lücken gemeldet. Zu den Meldungen nennen wir, soweit vorhanden, die CVE-Nummer: die international vergebene Kennung einer Lücke. Stand unseres Verzeichnisses: 28.07.2026.

Warum das zählt: Gemeldete Lücken sind öffentlich beschrieben. Angreifer suchen gezielt nach Websites, die eine betroffene Version einsetzen. Die Angabe stammt aus der Selbstauskunft Ihrer Website. Sie ist ein Anlass zur Prüfung, kein Nachweis über den installierten Stand.

Zu tun: Heben Sie guzzlehttp/guzzle auf 6.5.8 oder neuer. Das Paket steckt in einem Modul; eine Aktualisierung des Redaktionssystems zieht es nicht mit. Wenden Sie sich an dessen Hersteller oder an Ihre Agentur.

Betroffen: osv.dev/vulnerability/GHSA-25mq-v84q-4j7r (CVE-2022-31090 · Meldung GHSA-25mq-v84q-4j7r · Schweregrad 7,7 von 10 · behoben in 6.5.8), osv.dev/vulnerability/GHSA-q559-8m2m-g699 (CVE-2022-31091 · Meldung GHSA-q559-8m2m-g699 · Schweregrad 7,7 von 10 · behoben in 6.5.8)

WARNUNG

Veraltete JavaScript-Bibliothek eingebunden (jquery 1.12.4)

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) ist jQuery in der Version 1.12.4 eingebunden.

Warum das zählt: Für diese Hauptversion sind Sicherheitslücken öffentlich beschrieben, und sie werden nicht mehr geschlossen.

Zu tun: Auf eine gepflegte Version wechseln. Der Wechsel kann Anpassungen an der Website nach sich ziehen und gehört deshalb in die Hand Ihrer Agentur. Häufig stammt die Einbindung aus einer alten Erweiterung oder aus der Seitenvorlage.

IN ORDNUNG

Die genannte Version wird weiterhin mit Sicherheitsaktualisierungen versorgt (WordPress 6.2)

Der Quelltext nennt WordPress 6.2.2. Für diese Hauptversion stellt der Hersteller weiterhin Sicherheitsaktualisierungen bereit, auch wenn sie nicht die neueste ist. Stand unserer Angabe: 22.07.2026, Quelle ist wordpress.org.

Warum das zählt: Eine ältere Hauptversion ist damit für sich genommen kein Mangel. Der Hersteller unterstützt jedoch ausdrücklich nur die jeweils neueste Version aktiv; die Pflege älterer Hauptversionen ist eine freiwillige Leistung ohne zugesagte Laufzeit.

Zu tun: Prüfen Sie mit Ihrer Agentur, ob die Aktualisierungen innerhalb der Hauptversion zeitnah eingespielt werden. Ein Wechsel auf die neueste Hauptversion ist mittelfristig zu planen.

IN ORDNUNG

WordPress 6.2 wird weiterhin mit Sicherheitsaktualisierungen versorgt

Die Innenansicht Ihrer Website meldet WordPress 6.2.2. Dieser Zweig erhält weiterhin Sicherheitsaktualisierungen.

Warum das zählt: Eine ältere, aber gepflegte Version ist für sich genommen kein Mangel. Die Angabe stammt aus der Selbstauskunft Ihrer Website. Sie ist ein Anlass zur Prüfung, kein Nachweis über den installierten Stand.

WARNUNG

2 für Besucher unsichtbare Verweise auf fremde Adressen

Auf Ihrer Website stehen Verweise auf pillen-shop.example, wett-bonus.example, die durch eine Formatangabe im Quelltext unsichtbar gemacht werden. Diese Ziele sind an keiner Stelle Ihrer Website sichtbar verlinkt.

Warum das zählt: Unsichtbare Verweise richten sich an Suchmaschinen, nicht an Besucher. Google wertet sie als Täuschungsversuch und kann die Website in den Ergebnissen zurückstufen.

Zu tun: Die Verweise im Quelltext der genannten Seiten suchen und entfernen lassen. Findet Ihre Agentur sie dort nicht in den Inhalten, gehört auch die Seitenvorlage geprüft.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/impressum (Verweis auf pillen-shop.example), www.muster-gmbh.example/blog/neubau

(Verweis auf wett-bonus.example)

WARNUNG

Werbetypische Begriffe auf Ihrer Website gefunden

In Linktexten, Titeln oder Beschreibungen von 3 von 128 Seiten (2 %) stehen Begriffe wie casino, poker.

Warum das zählt: Solche Begriffe stammen fast immer nicht vom Betreiber. Suchmaschinen bewerten sie als themenfremde Werbung und stufen die Website zurück.

Zu tun: Die genannten Seiten im Redaktionssystem aufrufen und prüfen. Sind sie dort nicht angelegt, wurden sie umgangen; dann gehören Zugangsdaten und Erweiterungen überprüft. Das übernimmt Ihre Agentur zusammen mit Ihrem Hoster.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/blog/neubau (casino im Linktext), www.muster-gmbh.example/blog/archiv (poker im Seitentitel), www.muster-gmbh.example/impressum (casino in der Beschreibung)

IN ORDNUNG

Kein verschleiertes JavaScript gefunden

Auf keiner der 128 erfassten Seiten steht JavaScript, das seinen Inhalt in einem großen unlesbaren Block verbirgt (Fachbegriff: Obfuscation).

Warum das zählt: Geprüft wird der ausgelieferte Quelltext, nicht die Dateien auf Ihrem Server.

WARNUNG

Nicht verlinkter Auftritt unter alt.muster-gmbh.example

Der Name alt.muster-gmbh.example liefert eine Seite aus. Von Ihrer Website aus ist er nicht verlinkt, und er ist nicht von der Suche ausgeschlossen.

Warum das zählt: Solche Auftritte stammen meist aus Umbauten oder Testläufen. Sie werden selten aktualisiert und stehen trotzdem jedem offen. Suchmaschinen nehmen ihre Inhalte auf, solange nichts sie ausschließt.

Zu tun: Prüfen Sie zuerst, ob der Auftritt noch gebraucht wird. Wenn nicht, gehört er abgeschaltet. Wenn doch, braucht er einen Zugangsschutz oder einen Ausschluss von der Suche. Das richtet Ihre Agentur oder Ihr Hoster ein.

IN ORDNUNG

2 Funde bei 14 geprüften Pfaden

Geprüft wurden 12 typische Dateipfade und 2 Verzeichnisse auf direkte Abrufbarkeit – einmal je Lauf, zuerst mit einer HEAD-Anfrage, die nur den Kopf der Antwort ohne Inhalt abruft. 3 Pfade antworteten mit Zugriffsablehnung und gelten damit als geschützt.

Warum das zählt: Geprüft werden bekannte Standardpfade; ein gezielter Scan weiter Bereiche findet mehr, würde aber den Server spürbar belasten. Ein sauberes Ergebnis ist kein Nachweis, dass es nichts gibt.

WARNUNG

Content-Security-Policy fehlt

Ihr Server gibt dem Browser keine Regel mit, aus welchen Quellen Skripte ausgeführt werden dürfen.

Warum das zählt: Fremder Code – etwa über ein gehacktes Plugin oder ein Formular eingeschleust – läuft ungehindert mit und kann Eingaben Ihrer Besucher mitlesen.

Zu tun: Aufwendig und wirksam. Jede Quelle, von der die Seite etwas lädt — Schriften, Karten, Videos, Statistik —, muss einzeln erlaubt werden; wird eine vergessen, bleibt der betreffende Teil der Seite leer. Deshalb richtet man sie zuerst im Beobachtungsmodus ein (Content-Security-Policy-Report-Only): Der meldet, was blockiert würde, blockiert aber noch nichts. Eine Aufgabe für Ihre Agentur, die Zeit braucht.

IN ORDNUNG

Grundlage des Abgleichs: 264 Meldungen, Stand 28.07.2026

Verglichen wurde die im Quelltext genannte Version mit 264 Meldungen zum WordPress-Kern. Geprüft wird ausschließlich der Kern.

Warum das zählt: Ihre Erweiterungen und Ihr Aufsatz sind hier nicht geprüft. Deren Versionsangaben sind von außen nicht verlässlich lesbar, deshalb machen wir dazu keine Aussage. Ob genau die genannte Version installiert ist, können wir von außen ebenfalls nicht feststellen.

Zu tun: Hier ist nichts zu tun. Der Abgleich läuft vollständig bei uns; über Ihre Website wird dafür nichts an Dritte gesendet.

IN ORDNUNG

DNS-Überprüfung von 20 Hostnamen abgeschlossen

Geprüft wurden die beiden Schreibweisen Ihrer Domain plus die im Durchlauf begegneten fremden Hostnamen (höchstens 20). Gesucht wurde je Name ein CNAME-Verweis, dessen Zielname nicht mehr auflöst.

Warum das zählt: Stand unserer Signaturtabelle anfälliger Dienste: 27.07.2026. Diese Prüfung probiert selbst keine Namen durch und stellt keine HTTP-Anfragen an fremde Server; die Suche nach vergessenen Auftritten unter Ihrer

Domain ist ein eigener Punkt.

ZUR EINORDNUNG

2 fremde Server sind seit dem letzten Lauf hinzugekommen

Neu eingebunden: googletagmanager.com (bekannter Dienst), karten.example. Insgesamt bindet Ihre Website 11 fremde Server ein.

Warum das zählt: Jeder eingebundene Server sieht die Adresse Ihrer Seite und die Netzkennung Ihrer Besucher. Ein Zuwachs ist erklärbar, wenn Sie oder Ihre Betreuung etwas eingebaut haben.

Warum ohne Bewertung: Neue fremde Server sind erklärbar, wenn jemand etwas eingebaut hat. Der Punkt stellt die Veränderung fest und bewertet sie nicht.

ZUR EINORDNUNG

Die Zahl erfasster Seiten ist von 80 auf 128 gestiegen

Gegenüber dem letzten Lauf sind 48 Seiten hinzugekommen, ein Zuwachs von 60 Prozent.

Warum das zählt: Das ist nach einem Umbau, einem Import oder neuen Inhalten der Normalfall. Auffällig wird es nur, wenn niemand etwas hinzugefügt hat.

Warum ohne Bewertung: Ein Zuwachs an Seiten ist nach einem Umbau oder neuen Inhalten der Normalfall. Auffällig wäre er nur, wenn niemand etwas hinzugefügt hat.

IN ORDNUNG

Prüfung auf Auffälligkeiten abgeschlossen

Durchgesehen wurden 128 erfasste Seiten auf vier Anzeichen: unsichtbare Verweise auf fremde Adressen, werbetypische Begriffe (Stand der Liste: 2026-07-30), unlesbar gemachter Programmcode und neu hinzugekommene fremde Server.

Warum das zählt: Geprüft wird ausschließlich der ausgelieferte Quelltext. Es findet keine Untersuchung von Dateien auf Ihrem Server statt und keine Suche nach Schadprogrammen. Diese Anzeichen ersetzen keine Sicherheitsprüfung.

ZUR EINORDNUNG

3 weitere Namen unter Ihrer Domain sind unauffällig

Gefunden wurden: 1 mit Zugangsschutz oder ohne Eintrag in Suchmaschinen, 2 von Ihrer Website verlinkt. Diese Namen sind kein Fund.

Warum das zählt: Verlinkte Auftritte gehören sichtbar zu Ihrer Firma. Abgesicherte und von der Suche ausgeschlossene Auftritte sind bereits so eingerichtet, wie es sein soll.

Warum ohne Bewertung: Diese Namen sind entweder von Ihnen verlinkt oder bereits abgesichert. Sie stehen hier, damit die Zahl daneben nachvollziehbar ist, und werden nicht gewertet.

ZUR EINORDNUNG

Wildcard-Eintrag im DNS — jeder Name unter Ihrer Domain löst auf

Auch ein frei erfundener Name unter muster-gmbh.example löst auf. Im DNS steht damit ein Wildcard-Eintrag: ein Eintrag, der jede Anfrage beantwortet.

Warum das zählt: Eine Suche nach vergessenen Subdomains ist dadurch nicht möglich: Jeder geprüfte Name würde als vorhanden gelten. Die Prüfung wurde deshalb nicht durchgeführt.

Zu tun: Ein Wildcard-Eintrag ist gewollt und für sich kein Mangel. Wenn Sie diese Prüfung nutzen möchten, kann Ihr Hoster ihn durch einzelne Einträge ersetzen.

Warum ohne Bewertung: Ein Wildcard-Eintrag im DNS ist gewollt und für sich kein Mangel. Er verhindert nur, dass diese eine Prüfung eine Aussage treffen kann.

IN ORDNUNG

Suche nach Subdomains abgeschlossen

Geprüft wurden 26 übliche Namen unter Ihrer Domain. Davon lösten 4 von 26 auf, 2 wurden abgerufen.

Warum das zählt: Geprüft wird eine Auswahl üblicher Namen nach dem Stand 2026-07-30, nicht der gesamte Namensraum. Ein Auftritt unter einem ungewöhnlichen Namen wird dabei nicht gefunden. Ein leeres Ergebnis belegt deshalb nicht, dass es keinen gibt.

IN ORDNUNG

TLS-Auswertung — Umfang dieser Prüfung

Geprüft wurde Port 443 des Projekt-Hosts mit höchstens zwei Verbindungsaufbauten: einer freien Verhandlung und einem Versuch ausschließlich über TLS 1.0/1.1. Gültigkeit und Restlaufzeit des Zertifikats stehen im eigenen Punkt unter Sicherheit.

Warum das zählt: Nicht geprüft werden weitere Hostnamen, andere Ports, die angebotenen Cipher Suites im Einzelnen und das Verhalten bei Wiederholungsangriffen. Die Prüfung ersetzt kein vollständiges Audit der TLS-Einstellungen.

IN ORDNUNG

7 Module im Einsatz, 4 davon ohne öffentliche Quelle zu Sicherheitslücken

7 Module sind installiert. Davon tragen 6 eine belastbare Versionsangabe. Für 4 davon gibt es kein öffentliches Verzeichnis gemeldeter Lücken: 2 Eigenentwicklungen und 2 gekaufte Module.

Warum das zählt: Zu Eigenentwicklungen und gekauften Modulen veröffentlicht niemand Lückenmeldungen. Diese Module sind damit nicht geprüft, und ihr Ausbleiben in einem Bericht ist keine Entwarnung.

Zu tun: Lassen Sie sich vom Hersteller oder Ihrer Agentur bestätigen, dass diese Module gepflegt werden. Für Eigenentwicklungen ist das die einzige Quelle.

IN ORDNUNG

3 Pakete aus der Paketverwaltung erfasst

Ihre Website bindet 3 Pakete ein: 2 aus composer, 1 aus npm. Davon tragen 3 eine belastbare Versionsangabe. Stand unseres Verzeichnisses gemeldeter Lücken: composer 28.07.2026, npm 28.07.2026.

Warum das zählt: Beurteilt wurden 3 Pakete. Zu 2 Paketen liegt in unserem Verzeichnis keine Meldung vor. Das ist kein Nachweis, dass es keine gibt. Entwicklungsabhängigkeiten erhebt die Schnittstelle nicht; 41 Einträge blieben deshalb außen vor.

IN ORDNUNG

Grundlage der Innenansicht: 15 Angaben, erhoben am 02.08.2026

Ihre Website hat 15 Versionsangaben über sich selbst gemeldet. Darunter sind 3 eingebundene Bibliotheken. Beurteilt wurden davon 11. 2 Angaben stammen aus einem Dateikopf oder einem Dateinamen und werden ausgewiesen, aber nicht bewertet. Bei 2 Angaben war die Version nicht ermittelbar.

Warum das zählt: Wir urteilen nur über Angaben aus der Schnittstelle des Systems oder aus einer Metadatei. Ein Dateikopf behält seine alte Nummer, wenn die Datei geändert wird, und ein Dateiname wird beim Austausch selten mitgeführt. Eigenentwicklungen und gekaufte Module stehen in keinem öffentlichen Verzeichnis gemeldeter Lücken.

Zu tun: Hier ist nichts zu tun. Die Erhebung läuft auf Ihrem eigenen Server; an Dritte wird dafür nichts gesendet.

WARNUNG

Das eingesetzte System nennt seine Versionsnummer öffentlich

Der Quelltext weist WordPress in der Version 6.2.2 aus. Erkannt an der Angabe im Seitenkopf.

Warum das zählt: Wer eine bekannte Lücke sucht, erspart sich damit die Prüfung, ob sie überhaupt passt. Die Erkennung des Systems allein ist dagegen unbedenklich.

Zu tun: Ihre Agentur entfernt die Versionsangabe aus dem Seitenkopf. Das ersetzt keine Aktualisierung, verkleinert aber die Angriffsfläche.

Tempo & Ladezeit

1 kritisch, 17 zu prüfen

KRITISCH

Die Seite lädt beim Aufruf ein Video von 74 MB

muster-gmbh.example/media/imagefilm.mp4 ist auf automatischen Start gestellt und wird deshalb sofort geladen. Die Datei ist 74 MB groß.

Warum das zählt: Über Mobilfunk verbraucht ein einziger Seitenaufruf 74 MB Datenvolumen. Auf langsamen Verbindungen bleibt die Seite währenddessen unfertig.

Zu tun: Ein Vorschaubild hinterlegen („poster"), das Vorladen abschalten („preload" auf „none") und den automatischen Start entfernen. Die Datei lädt dann erst beim Klick. Soll das Video im Hintergrund laufen, gehört es zusätzlich auf wenige Megabyte verkleinert.

IN ORDNUNG

Inhalt verschiebt sich beim Laden: 0,02 (Cumulative Layout Shift)

Der Seiteninhalt verschiebt sich beim Laden kaum. Als gut gilt ein Wert unter 0,1.

Warum das zählt: Besucher treffen beim Tippen das, was sie sehen.

WARNUNG

4 Textdateien werden ungepackt ausgeliefert

Die Startseite und 3 geprüfte Dateien kommen ohne Komprimierung an.

Warum das zählt: Gepackte Textdateien sind um ein Mehrfaches kleiner. Ohne Komprimierung lädt jede Seite langsamer, am stärksten auf dem Telefon.

Zu tun: Die Kompression im Server einschalten (gzip oder Brotli). Bei vielen Hostern genügt eine Einstellung im Panel – danach den Punkt erneut prüfen.

WARNUNG

Ladegeschwindigkeit auf dem Handy: 54 von 100 (Google Lighthouse)

Google fasst mehrere Messwerte zu einer Note von 0 bis 100 zusammen, gemessen unter Mobilfunk-Bedingungen. Ab 90 gilt eine Seite als schnell, unter 50 als langsam.

Warum das zählt: Die Ladegeschwindigkeit ist ein bestätigter Rankingfaktor und entscheidet zugleich darüber, wie viele Besucher überhaupt bis zum Inhalt kommen. Auf dem Handy wirkt sie sich am stärksten aus.

Zu tun: Die Einzelwerte unter diesem Punkt zeigen, woran es liegt – in aller Regel an zu großen Bildern oder zu viel JavaScript. Setzen Sie dort an, nicht an Googles Gesamtnote.

WARNUNG

Größtes sichtbares Element erscheint nach 3,4 s (Largest Contentful Paint)

Bis das größte sichtbare Element der Startseite fertig geladen ist, vergehen 3,4 Sekunden. Als gut gilt unter 2,5 Sekunden.

Warum das zählt: Bis dahin sieht der Besucher eine unfertige Seite. Das betrifft vor allem das Titelbild auf Mobilgeräten.

Zu tun: Häufigste Ursache sind zu groß ausgelieferte Bilder. Das Bild im sichtbaren Bereich in der benötigten Größe und in einem modernen Format ausliefern (WebP, AVIF). Schriften und Skripte, die für die erste Darstellung nicht nötig sind, nachrangig laden.

WARNUNG

Website reagiert nach 340 Millisekunden auf eine Eingabe (Interaction to Next Paint)

Gemessen wird die Zeitspanne zwischen einer Eingabe und der sichtbaren Reaktion darauf, etwa beim Öffnen eines Menüs. Die Zahl stammt aus echten Besuchen der letzten 28 Tage. Google bewertet bis 200 Millisekunden als gut.

Warum das zählt: Dieser Wert ist seit 2024 einer der drei Werte, mit denen Google die Nutzungsqualität einer Website bewertet. Er betrifft die gesamte Besuchsdauer, nicht nur den Seitenaufbau.

Zu tun: Ursache ist fast immer JavaScript, das den Browser bei jeder Eingabe beschäftigt. Ihre Agentur prüft, welche Erweiterungen entfallen können und welche erst nach dem Seitenaufbau starten.

IN ORDNUNG

Tempo über 87 Seiten: Wert in der Mitte 64 von 100

Gemessen wurden 87 Seiten Ihrer Website, verteilt über die vergangenen Wochen. Die Seiten unterscheiden sich dabei deutlich voneinander.

Warum das zählt: Einzelne Seiten fallen ab, die übrigen sind in Ordnung. Der Aufwand bleibt damit überschaubar.

Zu tun: Die unten genannten Seiten zuerst ansehen. Ihre Agentur kann sie einzeln entlasten.

ZUR EINORDNUNG

Auf dieses Element wartet Ihre Seite am längsten: Titelbild Startseite

Google misst die Ladezeit an dem größten sichtbaren Element der Seite. Hier ist es das oben genannte. Die Angabe stammt aus derselben Messung wie der Wert darüber.

Warum das zählt: Damit ist bekannt, woran die Ladezeit tatsächlich hängt. Ohne diese Angabe bleibt nur die Zahl, und die sagt nicht, wo anzusetzen ist.

Zu tun: Ist es ein Bild, gehört es in der benötigten Größe und in einem modernen Format ausgeliefert und vorrangig geladen.

Warum ohne Bewertung: Diese Angabe erklärt den Ladezeitwert weiter oben und wird nicht zusätzlich gewertet.

ZUR EINORDNUNG

2 konkrete Optimierungsansätze mit erwarteter Wirkung

Die Aufstellung stammt aus derselben Messung wie die Werte oben und nennt zuerst die Maßnahme mit der größten erwarteten Wirkung.

Warum das zählt: Es sind Schätzwerte aus einer Laborumgebung. Die tatsächliche Ersparnis hängt vom Gerät und der Verbindung der Besucher ab – eine Zusicherung für das Suchergebnis ist damit nicht verbunden.

Warum ohne Bewertung: Diese Vorschläge gehören zur Ladezeitmessung weiter oben und werden nicht zusätzlich gewertet.

Betroffen: (Bilder in modernen Formaten ausliefern (WebP/AVIF) — etwa 1,2 s, 480 KB), (Ungenutzten Programmcode entfernen — etwa 0,4 s, 210 KB)

WARNUNG

Bilder der Startseite: 3,1 MB in 24 Dateien — über dem Richtwert

Die Startseite bindet 24 Bilder mit zusammen 3,1 MB ein, das größte davon 890 KB. 18 davon werden größer ausgeliefert, als sie angezeigt werden.

Warum das zählt: Die Bilder bestimmen damit das Ladeverhalten der Startseite. Sie sind zugleich der Punkt mit dem

besten Verhältnis von Aufwand zu Wirkung.
Zu tun: Bilder vor dem Hochladen auf die benötigte Anzeigegröße bringen und komprimieren. Viele Redaktionssysteme erledigen das per Erweiterung automatisch.
Betroffen: www.muster-gmbh.example/, www.muster-gmbh.example/referenzen

WARNUNG 9 Dateien ohne brauchbare Cache-Angabe

9 von 38 geprüften Dateien nennen keine Wirksamkeitsdauer von mindestens einem Tag.
Warum das zählt: Ohne diese Angabe holt der Browser jede Datei bei jedem Besuch erneut. Das kostet Ladezeit, vor allem auf dem Telefon und bei wiederkehrenden Besuchern.
Zu tun: Die Cache-Dauer im Server setzen, üblich sind zwölf Monate für Dateien mit Versionsnummer in der Adresse. Hoster oder Agentur – eine Einstellung, kein Umbau.

IN ORDNUNG Umfang der Video-Prüfung

2 Videos stehen im Quelltext. Davon lädt eines ohne Zutun der Besucher. Eines lädt erst beim Abspielen – so gehört es sich. Für 1 Datei konnte die Größe ermittelt werden. Bei 1 Datei nannte der Server die Größe nicht; sie wurde allein nach der Einbindung beurteilt.
Warum das zählt: Beurteilt wird ausschließlich, was im Quelltext steht. Videos, die erst per JavaScript in die Seite gesetzt werden, sind darin nicht enthalten.
Zu tun: Geprüft wird nicht, ob die Website die Browser-Einstellung „Daten sparen" auswertet. Diese Kennung wird von den meisten Browsern nicht gesendet; ein Verzicht auf das Vorladen wirkt für alle Besucher.

WARNUNG Lazy Loading fehlt bei 61 von 89 Bildern

Mit loading="lazy" lädt der Browser ein Bild erst, wenn es in den Sichtbereich gescrollt wird. Die ersten drei Bilder jeder Seite zählen wir nicht mit, weil Logo und Titelbild sofort erscheinen sollen. Außerdem gibt es 4 große Bilder ab 1.600 Pixel Breite nur in einer Größe.
Warum das zählt: Ohne diese Angabe lädt der Browser alle Bilder sofort, auch die weiter unten auf der Seite. Das verzögert den Seitenaufbau, am stärksten auf dem Smartphone über Mobilfunk. Google berücksichtigt die Ladezeit bei der Platzierung in den Suchergebnissen.
Zu tun: Den nicht sichtbaren Bildern „loading=lazy" setzen und die großen Bilder zusätzlich in kleineren Größen hinterlegen (srcset). Verbreitete Redaktionssysteme erledigen beides automatisch.
Betroffen: www.muster-gmbh.example/referenzen (24 Bilder ohne Nachladen), www.muster-gmbh.example/leistungen (11 Bilder ohne Nachladen)

WARNUNG 3 Seiten enthalten leere Textelemente

Auf 3 von 128 Seiten (2 %) stehen mindestens 12 Absätze, Überschriften oder Listenpunkte ohne jeden Inhalt.
Warum das zählt: Solche Hüllen entstehen fast immer beim Umbau, wenn Inhalte entfernt werden und ihre Auszeichnung stehen bleibt.
Zu tun: Die leeren Elemente im Redaktionssystem entfernen.

WARNUNG 1 Seite bindet sehr viele iframes ein

Auf 1 von 128 Seiten (1 %) stehen mehr als 3 iframes im Quelltext — Rahmen, die den Inhalt einer fremden Adresse in Ihre Seite holen. Auf einer einzelnen Seite sind es bis zu 7.
Warum das zählt: Jeder Rahmen holt seinen Inhalt von einem weiteren Ort nach, mit eigener Verbindung und eigener Wartezeit. Welcher Anbieter dahintersteckt, steht unter „Rechtliches & Datenschutz".
Zu tun: Einbindungen ausdünnen: Karten nur auf der Kontaktseite statt auf jeder Seite, Videos per Klick laden lassen. Redaktionelle Entscheidung, technisch ein kleiner Eingriff.

ZUR EINORDNUNG 3 Dateien halten die Darstellung auf

Beim Aufruf werden 3 Dateien geladen, bevor überhaupt etwas erscheint. Die Adressen stehen in der Liste.
Warum das zählt: Bis diese Dateien geladen sind, sieht der Besucher eine weiße Seite. Das ist die häufigste einzelne Ursache für einen schlechten Ladezeit-Wert.
Zu tun: Gestaltungsdateien und Skripte, die für die erste Darstellung nicht nötig sind, nachrangig laden. Das ist ein Eingriff in die Seitenvorlage und gehört in die Hand der Agentur.
Warum ohne Bewertung: Diese Angabe erklärt den Ladezeitwert weiter oben und wird nicht zusätzlich gewertet.

WARNUNG

Startseite überträgt 4,2 MB

Die Startseite lädt beim ersten Aufruf 4,2 MB. Ab etwa 2 MB gilt eine Seite als schwer.

Warum das zählt: Über Mobilfunk dauert der Aufbau spürbar länger, und bei begrenztem Datenvolumen entstehen dem Besucher Kosten.

Zu tun: Der Großteil entfällt auf Bilder. Sie in der benötigten Größe und im Format WebP auszuliefern, spart nach der Messung oben rund 0,5 MB je Aufruf.

WARNUNG

7 von 128 Seiten (5 %) antworten langsam

Sieben Seiten brauchten länger als zwei Sekunden bis zur ersten Antwort des Servers. Die langsamste lag bei 4,1 Sekunden.

Warum das zählt: Die Verzögerung entsteht vor dem Laden der Inhalte. Betroffene Seiten wirken auch bei guter Verbindung träge.

Zu tun: Ihr Hoster kann anhand der Liste prüfen, ob Datenbankabfragen oder fehlende Zwischenspeicherung die Ursache sind.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/referenzen/2019, www.muster-gmbh.example/suche

WARNUNG

2 Seiten bestehen aus sehr vielen HTML-Elementen

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) besteht das Dokument aus mehr als 1.400 HTML-Elementen — jedes Überschrift, Absatz, Bild oder Kasten zählt einzeln (Fachbegriff: DOM-Knoten). Am umfangreichsten ist muster-gmbh.example/referenzen mit 2.318.

Warum das zählt: Jeder Baustein muss vorbereitet sein, bevor die Seite vollständig reagiert. Skripte suchen langsamer und Anzeigenberechnungen dauern länger; wie sich das auf die Ladezeit auswirkt, weist der Bericht unter „Tempo & Ladezeit" aus.

Zu tun: Häufigste Ursachen sind lange Listen oder Kachelraster ohne Blätterfunktion sowie tief verschachtelte Vorlagen des Redaktionssystems. Seite in Abschnitte gliedern; Umsetzung durch die Agentur.

WARNUNG

Bei vielen Bildern fehlt die Größenangabe

Auf 31 von 128 Seiten (24 %) fehlt bei mindestens einem Bild die Angabe zu Breite oder Höhe. Insgesamt betrifft das 118 Bilder.

Warum das zählt: Der Browser kann den Platz erst reservieren, wenn beide Angaben vorliegen. Ohne sie rückt der Inhalt darunter nach, sobald ein Bild erscheint. Wie stark das Layout springt, weist der Bericht unter „Tempo & Ladezeit" als Messwert aus.

Zu tun: Ihre Agentur ergänzt Breite und Höhe im Quelltext. Viele Redaktionssysteme setzen beides beim Einfügen automatisch.

WARNUNG

Einzelne Unterseiten haben einen ungewöhnlich großen Quelltext

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) ist das HTML-Dokument größer als 500 KB. Die größte ist muster-gmbh.example/referenzen mit 1,3 MB.

Warum das zählt: Der Browser muss das gesamte Dokument lesen, bevor er etwas anzeigt. Auf dem Mobilfunknetz verzögert das den ersten Eindruck spürbar.

Zu tun: Ihre Agentur prüft, ob die Seite in mehrere aufgeteilt oder Inhalt nachgeladen werden kann. Bilder und Skripte zählen hier nicht mit.

WARNUNG

Seite reagiert 410 ms lang nicht auf Eingaben (Total Blocking Time)

Beim Laden reagiert die Seite 410 Millisekunden lang nicht auf Klicks oder Tippen. Als gut gelten Werte unter 200 Millisekunden.

Warum das zählt: Klicks in dieser Phase gehen verloren. Betroffen sind vor allem ältere Smartphones.

Zu tun: Ursache sind meist mehrere gleichzeitig geladene Skripte. Ihre Agentur prüft, welche davon erst nach dem Seitenaufbau starten können.

WARNUNG

8 Seiten brauchen sehr viel Quelltext für wenig Inhalt

Auf 8 von 38 bewerteten Seiten (21 %) entfallen mehr als 60 Kilobyte Quelltext auf je 1.000 Zeichen sichtbaren Text.

Warum das zählt: Der Browser muss den gesamten Quelltext einlesen und aufbauen, bevor er die Seite zeigt – auch die Teile, die nichts darstellen.

Zu tun: Prüfen lassen, ob sich die verwendeten Bausteine durch einfachere ersetzen lassen.

ZUR EINORDNUNG **96 von 214 Bildern (45 %) in veralteten Formaten**

Sechsundneunzig Bilder liegen als JPG oder PNG vor, 118 als WebP oder AVIF. Wie stark die Formate die Ladezeit tatsächlich drücken, weist die Messung unter „Tempo & Ladezeit" aus.

Warum das zählt: Die Angabe stammt aus Dateiname und Typ-Attribut. Manche Server liefern trotz einer JPG-Endung ein modernes Format aus; ob das hier der Fall ist, kann diese Prüfung nicht sehen.

Zu tun: Viele Redaktionssysteme wandeln neue Uploads automatisch nach WebP um. Bestehende Bilder einmalig zu konvertieren ist der größte einzelne Hebel.

Warum ohne Bewertung: Das Format wird am Dateinamen abgelesen; manche Server liefern trotz JPG-Endung ein modernes Format aus. Auf einer Angabe, die falsch sein kann, beruht kein Abzug.

IN ORDNUNG **Tempo-Messung durchgeführt (Startseite, mobil)**

Die Startseite wurde über Googles Messdienst geladen und bewertet. Grundlage sind Labormessung und, wo vorhanden, echte Besucherdaten.

Warum das zählt: Die Einzelwerte darunter beziehen sich auf diese Messung.

WARNUNG **Alle 3 gemessenen Schlüsselseiten liegen unter 60 Punkten**

Neben der Startseite (54 Punkte) wurden zwei weitere häufig aufgerufene Seiten gemessen: Leistungen (48 Punkte) und Kontakt (57 Punkte).

Warum das zählt: Die Kontaktseite ist der Abschluss Ihrer wichtigsten Besucherwege. Verzögerungen wirken sich hier unmittelbar auf Anfragen aus.

Zu tun: Beide Seiten nutzen dieselben Bilder wie die Startseite. Eine einmalige Bildoptimierung wirkt auf allen dreien.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen, www.muster-gmbh.example/kontakt

Auffindbarkeit bei Google

3 kritisch, 30 zu prüfen

KRITISCH **Adresse nicht mehr erreichbar: /leistungen/beratung/**

Die Adresse https://muster-gmbh.example/leistungen/beratung/ war im vorigen Lauf abrufbar. Jetzt antwortet sie mit dem Code 404.

Warum das zählt: Wer diese Adresse aus einem Lesezeichen, aus einer Suchmaschine oder aus einer älteren Nachricht aufruft, landet auf einer Fehlerseite. Solche Aufrufe fallen in der Zugriffsstatistik nicht als Fehler auf, sondern als ausbleibende Besuche.

Zu tun: Eine dauerhafte Weiterleitung auf die inhaltlich passende neue Adresse einrichten (Code 301). Gibt es keine Entsprechung, bleibt der Code 404 richtig. Das richtet Ihre Agentur oder Ihr Hoster ein.

KRITISCH **4 Seiten benennen ein Canonical, das nicht erreichbar ist**

Auf 4 von 128 Seiten (3 %) verweist die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Adresse, die in diesem Lauf einen Fehler lieferte (Fachbegriff: Canonical). Ziel und Fehler stehen je Seite in der Liste.

Warum das zählt: Suchmaschinen folgen dieser Angabe und bevorzugen die genannte Adresse. Ist sie nicht abrufbar, kann die Seite aus dem Suchindex fallen. Ein sichtbarer Ausfall entsteht dabei nicht: Die Seite selbst wird weiter ausgeliefert.

Zu tun: Die Angabe je Seite auf die eigene, erreichbare Adresse ändern. Sie stammt meist aus einer Seitenvorlage oder aus einem Umzug. Zuständig ist die Agentur oder die Website-Betreuung.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen/wartung (-> shop.muster-gmbh.example/wartungsvertrag (Fehler 404)) (+3 weitere)

KRITISCH **H2 ist größer dargestellt als H1**

Auf der Startseite gilt: H2 ist 44 px groß, H1 nur 22 px. Die Auszeichnung im Quelltext sagt damit das eine, die Darstellung das andere.

Warum das zählt: Suchmaschinen und Screenreader werten die Auszeichnung aus, Besucher die Größe. Beide bekommen ein anderes Hauptthema genannt. Die groß gestaltete Zeile zählt für die Auffindbarkeit weniger, obwohl sie auf der Seite die wichtigste ist.

Zu tun: Die Zeile, die den Ton macht, als Fließtext auszeichnen und weiter groß gestalten. Die Überschrift, die das Thema benennt, wird zur H1 — auch wenn sie kleiner dargestellt wird. Auszeichnung und Größe sind zwei Fragen; nur die erste liest eine Suchmaschine.

WARNUNG

Auf Ihrer Website steht eine andere Telefonnummer als die hinterlegte

Sie haben +49 351 1234567 als richtig hinterlegt. Auf 96 von 128 erfassten Seiten steht +49 351 7654321.

Warum das zählt: Wer die Nummer von Ihrer Website abliest, erreicht eine andere Stelle als vorgesehen. Auch Google erwartet dieselbe Nummer wie in Ihrem Unternehmensprofil.

Zu tun: Entweder die Website ändern lassen oder Ihre hinterlegte Angabe berichtigen — je nachdem, welche der beiden Nummern gilt.

WARNUNG

Auf Ihrer Website steht eine andere Anschrift als die hinterlegte

Sie haben Musterstraße 12, 01067 Dresden als richtig hinterlegt. Auf 119 von 128 erfassten Seiten steht Altmarkt 5, 01067 Dresden.

Warum das zählt: Eine falsche Anschrift führt Kunden an die falsche Tür. Suchmaschinen ordnen einen Betrieb zudem über Name, Anschrift und Telefonnummer zu — weicht eines davon ab, sinkt die Sicherheit der Zuordnung.

Zu tun: Entweder die Website ändern lassen oder Ihre hinterlegte Angabe berichtigen — je nachdem, welche der beiden Anschriften gilt.

WARNUNG

Telefonnummer im Google-Unternehmensprofil weicht ab

Sie haben +49 351 1234567 als richtig hinterlegt. In Ihrem Google-Unternehmensprofil steht etwas anderes.

Warum das zählt: Der Anruf-Knopf in Google Maps und in der Suche wählt die Nummer aus Ihrem Profil. Weicht sie ab, landen Anrufe an einer anderen Stelle als vorgesehen.

Zu tun: Im Unternehmensprofil unter „Profil bearbeiten“ prüfen, welcher Eintrag gilt. Stimmt Ihre Angabe, dort +49 351 1234567 eintragen; stimmt der Eintrag bei Google, Ihre Angabe hier berichtigen.

IN ORDNUNG

Anschrift im Google-Unternehmensprofil stimmt

Ihr Profil nennt dieselbe Angabe, die Sie hinterlegt haben: Musterstraße 1, 01067 Dresden.

IN ORDNUNG

Öffnungszeiten im Google-Unternehmensprofil stimmen

An allen Tagen, zu denen beide Seiten etwas sagen, nennt Ihr Profil die Zeiten, die Sie hinterlegt haben.

IN ORDNUNG

Die Startseite darf in der Google-Suche erscheinen

Im Quelltext der Startseite steht kein „noindex" — also keine Anweisung, die Suchmaschinen die Aufnahme in den Index untersagt.

Warum das zählt: Geprüft wurde die Angabe im Quelltext. Ob Google die Seite tatsächlich aufgenommen hat, zeigt die Auswertung der Search Console.

WARNUNG

2 weitere Telefonnummern auf einzelnen Seiten

Auf 96 von 128 erfassten Seiten steht +49 351 1234567. Davon abweichend kommen 2 weitere Nummern vor, etwa +49 351 7654321 auf https://www.muster-gmbh.example/kontakt.

Warum das zählt: Wer die selten genannte Nummer anruft, erreicht möglicherweise niemanden — und ruft kein zweites Mal an. Uneinheitliche Kontaktangaben schwächen zudem den Eintrag bei Google, weil dort dieselbe Nummer erwartet wird wie auf der Website.

Zu tun: Die abweichenden Stellen auf die Hauptnummer ändern. Sind es gewollte Durchwahlen, ist nichts zu tun — dann können Sie diesen Punkt ausnehmen.

WARNUNG

Auf einzelnen Seiten steht eine andere Anschrift

Auf 119 von 128 erfassten Seiten steht Musterstraße 12, 01067 Dresden. Davon abweichend kommt 1 weitere Anschrift vor, etwa Altmarkt 5, 01067 Dresden auf muster-gmbh.example/kontakt.

Warum das zählt: Wer die selten genannte Anschrift verwendet, fährt zur falschen Stelle. Google erwartet zudem dieselbe Anschrift wie im Unternehmensprofil; abweichende Angaben schwächen den Eintrag.

Zu tun: Die abweichenden Stellen auf die richtige Anschrift ändern. Haben Sie mehrere Standorte, ist nichts zu tun — dann können Sie diesen Punkt ausnehmen.

IN ORDNUNG

Ihr Betrieb gilt bei Google als geöffnet

Google führt Ihren Betrieb als geöffnet.

WARNUNG

Ihr Unternehmenseintrag ist unvollständig (Anschrift fehlt)

Die maschinenlesbare Auszeichnung Ihres Unternehmens ist vorhanden, nennt aber nicht alle Angaben, die Google im Suchergebnis anzeigen kann. Es fehlt: Anschrift.

Warum das zählt: Google kann nur anzeigen, was ausgezeichnet ist. Für einen Betrieb mit Kundenverkehr sind Anschrift und Telefonnummer die Angaben, über die Anfragen zustande kommen.

Zu tun: Die fehlenden Angaben im Unternehmenseintrag ergänzen. In verbreiteten Redaktionssystemen gibt es dafür eine Erweiterung.

WARNUNG

6 von 128 Seiten (5 %) tragen denselben Titel

Sechs Seiten verwenden den Titel „Muster GmbH". Zwölf weitere Seiten haben keinen Beschreibungstext.

Warum das zählt: Google entscheidet bei gleichen Titeln selbst, welche Seite es anzeigt – oder keine davon. Für die betroffenen Seiten verlieren Sie die Kontrolle über den Sucheintrag.

Zu tun: Je Seite einen eigenen Titel vergeben. Aufwand rund zehn Minuten je Seite, in der Regel Aufgabe der Redaktion.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/team, www.muster-gmbh.example/standort, www.muster-gmbh.example/historie

IN ORDNUNG

Seitentitel der Startseite vorhanden (44 Zeichen)

Die Startseite trägt den Titel „Muster GmbH – Anlagenbau aus Norddeutschland".

Warum das zählt: Der Titel ist die Überschrift Ihres Google-Ergebnisses und liegt in der empfohlenen Länge.

WARNUNG

Beschreibungstext der Startseite fehlt

Für die Startseite ist kein Beschreibungstext hinterlegt.

Warum das zählt: Google setzt dann einen beliebigen Satz aus dem Seiteninhalt unter den Titel. Das kostet Klicks, weil dort selten die Kernaussage steht.

Zu tun: Einen Satz mit 120 bis 155 Zeichen im Redaktionssystem hinterlegen. Aufwand: wenige Minuten.

WARNUNG

9 von 128 Seiten (7 %) ohne Hauptüberschrift

Auf neun Seiten fehlt die Hauptüberschrift, auf drei weiteren stehen zwei davon.

Warum das zählt: Besuchern fehlt die Orientierung beim Überfliegen, und Google fehlt das deutlichste Signal, worum es auf der Seite geht.

Zu tun: Je Seite genau eine Hauptüberschrift setzen. Im Redaktionssystem ist das die Formatvorlage „Überschrift 1".

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt, www.muster-gmbh.example/anfahrt

WARNUNG

3 Blöcke strukturierter Daten sind fehlerhaft geschrieben (JSON-LD)

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) stehen strukturierte Daten, deren Schreibweise Fehler enthält — Angaben im Format JSON-LD, mit denen Google Ihre Inhalte einordnet. Die Seiten stehen in der Liste.

Warum das zählt: Google kann einen fehlerhaften Block nicht lesen – fehlen daneben gültige Angaben, bleibt die Ursache unsichtbar und der Bericht meldet pauschal fehlende Angaben.

Zu tun: Die aufgeführten Seiten im Prüfwerkzeug für strukturierte Daten gegenprüfen. Meist ein kleiner Eingriff der Agentur in der Seitenvorlage.

WARNUNG

Die Anschrift aus den strukturierten Daten steht nirgends im sichtbaren Text

In den strukturierten Daten Ihrer Website steht Altmarkt 5, 01067 Dresden. Auf keiner erfassten Seite kommt diese Anschrift im lesbaren Text vor.

Warum das zählt: Google übernimmt die Anschrift aus den strukturierten Daten für Karteneintrag und Suchergebnis. Ihre Besucher lesen den Text. Beide bekommen dann eine andere Anschrift genannt, und eine davon ist falsch.

Zu tun: Die strukturierten Daten auf die tatsächlich gültige Anschrift ändern. Sie stehen meist in der Vorlage der Website und werden beim Umzug übersehen.

WARNUNG

Die Telefonnummer aus den strukturierten Daten steht nirgends im sichtbaren Text

In den strukturierten Daten Ihrer Website steht +49 351 9999999. Auf keiner erfassten Seite kommt diese Nummer im lesbaren Text vor.

Warum das zählt: Suchmaschinen und Sprachassistenten lesen die strukturierten Daten. Ihre Besucher lesen den Text. Beide bekommen dann eine andere Nummer genannt, und eine davon ist falsch.

Zu tun: Die Auszeichnung auf die tatsächlich gültige Nummer ändern — sie steht meist in der Vorlage der Website und wird beim Wechsel der Nummer übersehen.

WARNUNG

Die Öffnungszeiten sind auf Ihrer Website nicht überall gleich

An 2 Tagen weichen die ausgezeichneten Zeiten voneinander ab. Am Samstag steht auf https://www.muster-gmbh.example/ „10:00-13:00", auf https://www.muster-gmbh.example/kontakt dagegen „09:00-12:00".

Warum das zählt: Google übernimmt die ausgezeichneten Zeiten für den Eintrag im Suchergebnis. Welche der beiden Angaben dort landet, ist nicht vorhersehbar — und ein Kunde, der vor verschlossener Tür steht, kommt nicht wieder.

Zu tun: Die Öffnungszeiten an einer Stelle pflegen und von dort in die Seitenvorlage einbinden. Zwei gepflegte Stellen laufen früher oder später auseinander.

WARNUNG

Auf Ihrer Website steht ein anderer Firmenname als der hinterlegte

Sie haben „Muster GmbH" als richtig hinterlegt. In den strukturierten Daten Ihrer Website steht „Muster Handels AG".

Warum das zählt: Suchmaschinen ordnen einen Betrieb über Name, Anschrift und Telefonnummer zu. Weicht der Name ab, kann derselbe Betrieb als zwei verschiedene gelten — und beide bleiben schwächer als einer.

Zu tun: Entweder die Auszeichnung ändern lassen oder Ihre hinterlegte Angabe berichtigen — je nachdem, welcher Name gilt. Ein bewusst anderer Auftrittsname ist kein Fehler; dann können Sie diesen Punkt ausnehmen.

WARNUNG

Die Öffnungszeiten auf Ihrer Website weichen von den hinterlegten ab

Am Samstag haben Sie 09:00-12:00 hinterlegt, die Website nennt 10:00-13:00.

Warum das zählt: Wer sich auf die Website verlässt, steht vor verschlossener Tür oder kommt zu spät. Google übernimmt ausgezeichnete Zeiten außerdem in die Suchergebnisse.

Zu tun: Entweder die Zeiten auf der Website ändern lassen oder Ihre hinterlegte Angabe berichtigen — je nachdem, welche gelten.

IN ORDNUNG

Firmenname im Google-Unternehmensprofil stimmt

Ihr Profil nennt dieselbe Angabe, die Sie hinterlegt haben: Muster GmbH.

IN ORDNUNG

Ihr Google-Unternehmensprofil verlinkt Ihre Website

Der Knopf „Website“ in Ihrem Profil führt auf muster-gmbh.example.

WARNUNG

Blindtext aus der Bauphase steht noch auf der Website (1 Seite)

Auf 1 von 128 Seiten (1 %) steht Text, der beim Aufbau der Seite als Platzhalter eingesetzt wird.

Warum das zählt: Wer darauf stößt, hält die Website für unfertig. Suchmaschinen bewerten die Seite zudem nach diesem Text.

Zu tun: Die betroffene Seite mit dem vorgesehenen Inhalt füllen oder aus der Navigation nehmen, bis sie fertig ist.

WARNUNG

6 Seiten benennen ein Canonical, das weiterleitet

Auf 6 von 128 Seiten (5 %) zeigt die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Adresse, die selbst weiterleitet. Der jeweilige Weg steht in der Liste.

Warum das zählt: Die Angabe soll die endgültige Adresse benennen. Jeder Zwischenschritt ist eine zusätzliche Fehlerquelle: Fällt die Weiterleitung weg, verweist die Angabe auf eine Adresse ohne Inhalt. Suchmaschinen werten solche Fälle uneinheitlich aus.

Zu tun: Die Angabe auf das Ziel der Weiterleitung umstellen. Die Weiterleitung selbst bleibt bestehen, damit alte Lesezeichen und fremde Verweise weiter funktionieren. Kleiner Eingriff der Agentur.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/team (-> muster-gmbh.example/ueber-uns -> muster-gmbh.example/unternehmen) (+5 weitere)

WARNUNG

2 Seiten benennen ein Canonical, das von der Suche ausgeschlossen ist

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) verweist die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Seite, die selbst eine Sperre gegen die Aufnahme in den Suchindex trägt (Angabe „noindex").

Warum das zählt: Beide Angaben widersprechen sich. Als maßgeblich benannt ist eine Adresse, die ausdrücklich nicht in den Index soll. Suchmaschinen entscheiden dann selbst; im Regelfall verschwindet auch die verweisende Seite aus dem Index.

Zu tun: Entscheiden, welche der beiden Angaben gelten soll. Entweder die Sperre auf der Zielseite entfernen oder die maßgebliche Adresse auf eine Seite ohne Sperre ändern. Zuständig ist die Agentur oder die Website-Betreuung.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/produkte/pumpe-a (-> muster-gmbh.example/produkte/druckansicht) (+1 weitere)

IN ORDNUNG

6 Suchanfragen auf den hinteren Ergebnisseiten

Diese Begriffe werden häufig genug gesucht, aber die Website erscheint dafür erst zwischen Platz 8 und 20. Die Liste nennt die am häufigsten eingeblendeten zuerst.

Warum das zählt: Auf den hinteren Ergebnisseiten entsteht kaum noch Klickverkehr. Der Weg zu mehr Besuchern führt hier über vertiefte Inhalte zur jeweiligen Anfrage – nicht über technische Änderungen.

Zu tun: Je Begriff die passende Seite inhaltlich vertiefen und von passenden Stellen aus verlinken. Redaktionelle Arbeit; Ihre Agentur kann die Liste Punkt für Punkt abarbeiten.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen/druckluft (druckluftanlage warten kosten · Platz 11 · 480 Impressionen · zuvor Platz 14), www.muster-gmbh.example/referenzen (anlagenbau referenzen · Platz 9 · 260 Impressionen) (+4 weitere)

IN ORDNUNG

Google-Zahlen ausgewertet: 4.812 Klicks in 28 Tagen

In den letzten 28 Tagen kamen 4.812 Besuche über die Google-Suche, bei 96.400 Einblendungen.

Warum das zählt: Eine Seite mit Zugriffen trägt zugleich einen technischen Befund: Die Startseite antwortet mit angehängtem Parameter mit einem Serverfehler.

IN ORDNUNG

2 Suchanfragen mit auffallend wenigen Klicks

Diese Begriffe werden oft eingeblendet, aber selten angeklickt – deutlich unter der für diese Platzierung üblichen Spanne. Die Liste nennt die größten Abweichungen zuerst.

Warum das zählt: Entscheidend ist dann der Text im Suchergebnis: Titel und Beschreibung bestimmen, ob jemand klickt. Passt er nicht zur Anfrage, bleibt der Klick aus.

Zu tun: Titel und Beschreibung der genannten Seiten auf die jeweilige Anfrage zuschneiden. Kleine Eingriffe im Redaktionssystem; die Wirkung zeigt sich innerhalb weniger Wochen.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/unternehmen (muster gmbh unternehmen · 18 Klicks bei 1.240 Einblendungen (1 %)), www.muster-gmbh.example/kontakt (kontakt anlagenbau · 9 Klicks bei 640 Einblendungen (1 %))

WARNUNG

4 Seiten tragen denselben Text (2 Gruppen)

4 von 128 erfassten Seiten (3 %) sind wortgleich mit mindestens einer anderen Seite. Verglichen wurde der sichtbare Text ab 150 Wörtern.

Warum das zählt: Google nimmt bei gleichem Text nur eine der Seiten in die Suche auf und entscheidet selbst, welche. Die übrigen erscheinen nicht – auch dann nicht, wenn gerade sie für Ihre Kundschaft die wichtigeren sind.

Zu tun: Die betroffenen Seiten inhaltlich unterscheiden, oder – wenn die Doppelung gewollt ist – auf jeder Seite die maßgebliche Adresse hinterlegen. Häufigste Ursache sind Ortsseiten mit ausgetauschtem Ortsnamen.

IN ORDNUNG

Google hat in Ihrem Profil nichts selbst geändert

Alle Angaben in Ihrem Profil stammen von Ihnen oder Ihrer Betreuung.

WARNUNG

3 Seiten benennen ein Canonical auf einer fremden Domain

Auf 3 von 128 Seiten (2 %) zeigt die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine andere Domain: hersteller-partner.example. Ob das gewollt ist, stellt diese Prüfung nicht fest.

Warum das zählt: Mit dieser Angabe treten Sie die Sichtbarkeit der Seite an die genannte Domain ab. Im Suchergebnis erscheint dann in der Regel die fremde Adresse. Bei Nachdrucken und Partnerinhalten ist genau das beabsichtigt.

Zu tun: Je Seite prüfen, ob die fremde Adresse gewollt ist. Häufigste unbeabsichtigte Ursache ist eine aus

einer Vorlage oder einer Testumgebung übernommene Angabe. Änderung durch die Agentur.
Betroffen: www.muster-gmbh.example/produkte/pumpe-b (-> hersteller-partner.example/pumpen/b) (+2 weitere)

WARNUNG

2 Seiten verlieren deutlich an Zugriffen aus der Google-Suche

Gegenüber den vorangegangenen 28 Tagen (2026-06-06 bis 2026-07-03) sind die Zugriffe auf diese Seiten um mindestens 40 Prozent und mindestens 20 Klicks zurückgegangen.
Warum das zählt: Solche Rückgänge haben verschiedene Ursachen: ein Wettbewerber ist vorbeigezogen, die Seite wurde umgebaut, oder Google bewertet sie anders. Die Search Console zeigt die Zahlen, meldet sich aber nicht von selbst.
Zu tun: Die genannten Seiten in der Search Console einzeln ansehen: Sind die Einblendungen ebenfalls gefallen, hat sich die Platzierung verschlechtert. Blieben sie gleich, liegt es an Titel und Beschreibung.
Das ordnet Ihre Agentur ein.

WARNUNG

Die ausgezeichneten Sterne-Bewertungen zeigt Google nicht an

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) ist eine Bewertung maschinenlesbar an Ihr eigenes Unternehmen geknüpft.
Warum das zählt: Google zeigt seit September 2019 keine Sterne mehr an, wenn das bewertete Unternehmen die Bewertungen selbst verwaltet. Das gilt ausdrücklich auch für eingebundene Bewertungs-Widgets fremder Anbieter. Die Auszeichnung bleibt also ohne Wirkung im Suchergebnis.
Zu tun: Wenn Sterne im Suchergebnis das Ziel sind, führt der Weg über Bewertungen bei Plattformen, die Google selbst auswertet – etwa das Unternehmensprofil bei Google.

ZUR EINORDNUNG

Text der Startseite mittel lesbar (Flesch-Index 54)

Der Startseitentext umfasst 312 Wörter in 19 Sätzen – im Schnitt 16,4 Wörter je Satz. Die Spanne ordnet den Text ein: vergleichbar mit üblichen Unternehmensseiten.
Warum das zählt: Die Lesbarkeit beschreibt, wie anspruchsvoll der Text liest – sie ist weder gut noch schlecht an sich. Wer ein breites Publikum erreichen will, liegt mit mittleren bis leichten Texten meist richtig.
Warum ohne Bewertung: Ein Verständlichkeitswert ist weder gut noch schlecht an sich: Eine Fachpublikation darf anspruchsvoll lesen, ein Handwerksbetrieb sollte es nicht.

ZUR EINORDNUNG

9 von 128 Seiten (7 %) tragen eine Änderungsangabe im Seitenkopf

Gelesen wurden die Angaben „article:modified_time", „article:published_time" und „og:updated_time". Google kann daraus entnehmen, wann ein Inhalt zuletzt überarbeitet wurde.
Warum das zählt: Das Fehlen einer solchen Angabe ist kein Mangel: Die meisten Websites zeichnen keine Zeiten aus. Suchmaschinen nutzen sie nur, wenn sie da sind.
Warum ohne Bewertung: Die meisten Websites zeichnen keine Änderungszeiten aus. Suchmaschinen nutzen sie, wenn sie da sind, und vermissen sie sonst nicht.

IN ORDNUNG

Frische-Angaben — Konsistenzprüfung auf Basis dieses Durchlaufs

Von 128 Seiten tragen 9 eine Änderungsangabe im Seitenkopf, 96 antworten mit einem Server-Änderungsdatum, die Sitemap listet 61 Daten.
Warum das zählt: Geprüft wird, ob die eigenen Angaben übereinstimmen – NICHT, ob eine Website aktuell genug ist. Frische ist kein Versprechen für bessere Platzierungen. Viele Systeme senden gar keinen Server-Kopf; solche Seiten blieben außerhalb jedes Vergleichs.

IN ORDNUNG

Bild-Auswertung: 214 Bilder auf 128 Seiten ausgewertet

Gelesen wurden die Angaben im Quelltext der erfassten Seiten: Formate, Ladestrategie, Dateinamen. Die Bilddateien selbst wurden dafür nicht geladen; Alt-Texte stehen im Befund „Alternativtexte".
Warum das zählt: Der erfasste Bestand endet bei 300 Seiten. Die ersten drei Bilder jeder Seite gelten als sofort sichtbar und dürfen ohne Nachladen erscheinen.

WARNUNG

11 von 128 Seitentiteln (9 %) über 60 Zeichen

Elf Titel überschreiten die Länge, die Google in den Ergebnissen anzeigt. Der längste misst 94 Zeichen.
Warum das zählt: Google schneidet den Titel ab. Steht die Kernaussage hinten, sieht der Suchende sie nicht.
Zu tun: Die betroffenen Titel auf höchstens 60 Zeichen kürzen und das Wichtigste nach vorn stellen.

WARNUNG

Open-Graph-Angaben unvollständig: Vorschaubild für geteilte Links fehlt

Beim Teilen einer Seite über WhatsApp, LinkedIn oder Facebook wird kein Vorschaubild angezeigt.

Warum das zählt: Geteilte Links erscheinen als reine Textzeile. Sie werden deutlich seltener angeklickt als Links mit Bild.

Zu tun: Ein Vorschaubild von 1200 × 630 Pixeln zentral hinterlegen. Aufwand: einmalig etwa eine halbe Stunde.

IN ORDNUNG

4 Suchanfragen mit vorderen Plätzen

Für diese Suchbegriffe steht die Website auf einem der ersten drei Plätze. Die Liste nennt die meistgeklickten zuerst.

Warum das zählt: Diese Treffer stehen bereits dort, wo die meisten Klicks entstehen. Sie zeigen zugleich, wofür Google die Website schon heute als Antwort ansieht.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/ (anlagenbau norddeutschland · Platz 2 · 310 Klicks), www.muster-gmbh.example/standorte (anlagenbau standort dresden · Platz 3 · 96 Klicks) (+2 weitere)

IN ORDNUNG

Suchanfragen-Auswertung: 87 Begriffe im 28-Tage-Fenster

Grundlage sind die letzten 28 Tage aus der Google Search Console. Google liefert nur Anfragen aus, die ausreichend oft gestellt wurden; seltene Begriffe bleiben darin ungenannt.

Warum das zählt: Google rundet und fasst die Zahlen zusammen. Einzelwerte sind deshalb Größenordnungen, keine exakten Zählungen – Bewegungen über mehrere Durchläufe sagen mehr als ein einzelner Wert.

IN ORDNUNG

Google-Unternehmensprofil abgerufen

Verglichen wurde das Profil „Muster GmbH“ mit Ihren hinterlegten Angaben.

WARNUNG

Auf 9 Seiten beginnt die Gliederung nicht mit der Hauptüberschrift

Auf 9 von 128 erfassten Seiten steht vor der Hauptüberschrift (H1) bereits eine untergeordnete Überschrift. Auf 3 davon ist es eine tiefe Ebene wie H4 oder H5 — dort beginnt die Gliederung mitten im Baum.

Warum das zählt: Die Überschriften bilden die Gliederung der Seite. Beginnt sie unterhalb der Hauptüberschrift, ist für Screenreader und Suchmaschinen nicht erkennbar, welches das Hauptthema ist.

Zu tun: Die Hauptüberschrift an den Anfang der Gliederung stellen. Eine Dachzeile darüber ist keine Überschrift, sondern Fließtext — sie gehört in einen Absatz, gestaltet wie bisher.

ZUR EINORDNUNG

Eine Seite gewinnt deutlich an Zugriffen aus der Google-Suche

Gegenüber den vorangegangenen 28 Tagen sind die Zugriffe auf diese Seite deutlich gestiegen.

Warum das zählt: Der Punkt stellt fest und bewertet nicht. Er steht hier, weil ein Zuwachs dieselbe Aufmerksamkeit verdient wie ein Rückgang: Was funktioniert, lässt sich wiederholen.

Warum ohne Bewertung: Ein Zuwachs an Zugriffen ist eine gute Nachricht und keine Aufgabe. Der Punkt steht hier, weil sich wiederholen laesst, was funktioniert.

IN ORDNUNG

27 frühere Adressen leiten auf eine gültige Seite weiter

Diese Adressen sind aus dem Bestand verschwunden, führen Besucher aber weiterhin ans Ziel.

Warum das zählt: Lesezeichen, Suchtreffer und Verweise von fremden Websites funktionieren dadurch weiter.

IN ORDNUNG

Abgleich mit dem vorigen Bestand abgeschlossen

Verglichen wurden 214 festgehaltene Adressen. 51 von 214 (24 %) fehlten im Bestand dieses Laufs; 30 davon wurden einzeln nachgeprüft.

Warum das zählt: Nicht jede fehlende Adresse wird beurteilt: 21 lagen über der Prüfgrenze und wurden deshalb nicht abgerufen.

WARNUNG

2 Fehler in den Sprachhinweisen (hreflang)

Auf 2 von 12 Seiten mit Sprachhinweisen zeigt eine Angabe auf eine Fassung, die nicht zurückverweist. Die Beispiele stehen in der Liste.

Warum das zählt: Die Hinweise bestätigen sich gegenseitig: Jede Fassung muss zurückverweisen. Ohne die Gegenrichtung wählt Google selbst, welche Fassung welchem Leser gezeigt wird.

Zu tun: Die aufgeführten Paare ergänzen, sodass beide Seiten jeweils aufeinander verweisen. Betrifft es

viele Seiten, steht die Ursache meist in den Vorlagen der Sprachfassungen.

IN ORDNUNG

Canonical-Ziele — Umfang dieser Prüfung

Von 128 erfassten Seiten tragen 121 eine Angabe zur maßgeblichen Adresse. Davon verweisen 106 auf die eigene Adresse. Von den übrigen Zielen wurden 12 im erfassten Bestand wiedergefunden; für 3 lag keine Information vor.

Warum das zählt: Der erfasste Bestand eines Laufs endet bei 300 Seiten. Ein Ziel außerhalb davon wird nicht als Mangel gemeldet. Eine Adresse kann erreichbar sein und trotzdem außerhalb des erfassten Bereichs liegen.

Zu tun: Die Ziele ohne Information lassen sich mit einem Aufruf im Browser prüfen. Antwortet die Adresse normal, besteht kein Handlungsbedarf.

WARNUNG

63 Bilder ohne Alternativtext

Von 214 Bildern auf der Website tragen 63 keinen Alternativtext.

Warum das zählt: Screenreader überspringen diese Bilder, und in der Google-Bildersuche sind sie nicht auffindbar. Barrierefreiheit ist für öffentliche Auftraggeber ein Vergabekriterium.

Zu tun: Alternativtexte lassen sich im Redaktionssystem nachtragen. Sinnvoll ist, mit den Bildern der meistbesuchten Seiten zu beginnen.

ZUR EINORDNUNG

14 Sitemap-Einträge versprechen mehr Aktualität, als der Server angibt

Bei 14 von 61 vergleichbaren Adressen nennt die Sitemap ein neueres Änderungsdatum, als der HTTP-Header des Servers es ausweist. Die Beispiele stehen in der Liste.

Warum das zählt: Suchmaschinen lesen beide Angaben und bekommen so unterschiedliche Bilder derselben Seite. Häufige Ursache: Die Sitemap wird bei jeder Auslieferung neu generiert, während die Datei-Köpfe unverändert bleiben.

Zu tun: Die Sitemap-Änderungsdaten aus dem Redaktionssystem ableiten statt vom Zeitpunkt der Generierung. Bis dahin ist der Punkt unkritisch: Es ist ein Widerspruch zweier Angaben, kein nachgewiesener Schaden.

Warum ohne Bewertung: Es ist ein Widerspruch zweier Angaben, kein nachgewiesener Schaden. Der Punkt steht zur Einordnung.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen (Sitemap: 12.07.2026 · Server: 03.03.2026) (+13 weitere)

ZUR EINORDNUNG

31 Bilddateien tragen nichtssagende Namen

Beispielsweise muster-gmbh.example/bilder/IMG_2041.jpg, DSC_0085.jpg. Solche Namen entstehen durch Kamera, Smartphone oder Exportwerkzeuge.

Warum das zählt: Google liest den Dateinamen als schwaches Signal, worum es auf dem Bild geht. Ein Name wie „wartung-kompressor.jpg" hilft in der Bildersuche, IMG_2041.jpg nicht. Ein Mangel ist das nicht.

Zu tun: Bei künftigen Uploads sprechende Dateinamen verwenden, etwa „druckluftanlage-halle-4.jpg". Bestehende Bilder umzubenennen lohnt nur bei den wichtigsten Motiven.

Warum ohne Bewertung: Ein sprechender Dateiname ist ein schwaches Signal für Suchmaschinen und kein Mangel. Der Punkt steht zur Einordnung.

ZUR EINORDNUNG

Canonical: die maßgebliche Adresse der Startseite ist hinterlegt

Im Quelltext der Startseite steht ein Canonical-Element. Es benennt die Adresse, unter der die Seite als maßgeblich gilt.

Warum das zählt: Geprüft wurde, ob die Angabe vorhanden ist, nicht ob sie auf die beabsichtigte Adresse verweist.

Warum ohne Bewertung: Für sich genommen ist das kein Mangel. Zu einem wird es erst, wenn derselbe Inhalt unter mehreren Adressen erreichbar ist — das prüft der Abgleich der Schreibweisen in diesem Bericht.

WARNUNG

Über den Unternehmenseintrag hinaus keine strukturierten Daten

Über die vorhandene Unternehmensauszeichnung hinaus sind keine strukturierten Angaben hinterlegt – etwa zu Leistungen, Stellenangeboten oder häufigen Fragen.

Warum das zählt: Erweiterte Google-Ergebnisse für diese Inhalte – etwa eine Leistungsübersicht oder aufklappbare Antworten direkt im Suchergebnis – sind damit ausgeschlossen.

Zu tun: Für Unternehmensdaten genügt ein einmalig eingebundener Datenblock. Viele Redaktionssysteme bieten das als Erweiterung an.

WARNUNG

6 Seiten sind nur über einen einzigen Verweis erreichbar

Auf 6 von 128 Seiten (5 %) führt aus dem übrigen Bestand genau ein interner Verweis.

Warum das zählt: Fällt dieser eine Verweis weg – etwa beim Umbau eines Menüs –, ist die Seite für Besucher und Suchmaschinen nicht mehr auffindbar.

Zu tun: Wichtige Seiten von mehreren Stellen aus verlinken, etwa zusätzlich aus einer Übersichtsseite oder aus verwandten Inhalten. Redaktionelle Arbeit.

WARNUNG

14 von 128 Seiten (11 %) mit sehr wenig Text

Vierzehn Seiten enthalten weniger als 150 Wörter. Es handelt sich überwiegend um Referenz-Einzelseiten.

Warum das zählt: Solche Seiten beantworten selten eine Suchanfrage vollständig und erscheinen deshalb kaum in den Ergebnissen.

Zu tun: Entweder inhaltlich ausbauen oder mehrere Referenzen auf einer Übersichtsseite zusammenfassen. Größerer redaktioneller Aufwand.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/referenzen/halle-4, www.muster-gmbh.example/referenzen/lager-b

ZUR EINORDNUNG

2 Adressen sind erreichbar, aber nicht mehr verlinkt

Diese Adressen antworten weiterhin, sind von Ihrer Website aus aber nicht mehr zu erreichen: /aktion-fruehjahr/, /messe-2025/.

Warum das zählt: Das kann gewollt sein. Seiten für eine Anzeigenkampagne oder ein Angebot werden bewusst nicht verlinkt und bleiben trotzdem abrufbar.

Warum ohne Bewertung: Eine erreichbare, aber nicht verlinkte Seite ist häufig Absicht — etwa eine Seite für eine Anzeigenkampagne. Ob sie hier richtig steht, wissen nur Sie.

Rechtliches & Datenschutz

1 kritisch, 11 zu prüfen

KRITISCH

Impressum nennt eine aufgehobene Vorschrift

Das Impressum verweist auf § 5 TMG. Das Telemediengesetz ist seit Mai 2024 außer Kraft; die Angaben stehen jetzt in § 5 DDG.

Warum das zählt: Die Pflichtangaben selbst sind vorhanden. Der Verweis auf eine aufgehobene Norm ist ein häufiger Anlass für Abmahnschreiben.

Zu tun: Den Verweis auf die geltende Fassung ändern lassen. Für die inhaltliche Prüfung des Textes ist Ihre Rechtsberatung zuständig.

WARNUNG

Impressum verweist auf die abgeschaltete EU-Streitbeilegungsplattform

Ihr Impressum enthält einen Verweis auf die EU-Plattform zur Online-Streitbeilegung. Diese Plattform wurde am 20. Juli 2025 abgeschaltet; neue Beschwerden nahm sie schon seit dem 20. März 2025 nicht mehr an.

Warum das zählt: Der Verweis zeigt auf ein abgeschaltetes Angebot und nennt Ihren Kunden damit eine Möglichkeit, die es nicht mehr gibt. Die Pflicht, ihn zu setzen, ist mit der Abschaltung entfallen. Eine Angabe über Verbraucherrechte, die nicht mehr zutrifft, gilt im Wettbewerbsrecht als irreführend.

Zu tun: Den Absatz mit dem Verweis aus dem Impressum entfernen.

WARNUNG

Cookie-Banner vorhanden, hält Dienste aber nicht zurück

Ein Banner ist eingebunden. Die Analyse- und Kartendienste starten unabhängig davon, welche Schaltfläche der Besucher wählt.

Warum das zählt: Ein Banner ohne Wirkung erfüllt seinen Zweck nicht. Nach außen entsteht der Eindruck, die Einwilligung werde eingeholt.

Zu tun: Im Banner die betroffenen Dienste als einwilligungspflichtig eintragen und die Sperre einschalten. Aufwand: rund eine Stunde.

WARNUNG

Captcha: Google reCAPTCHA lädt auf 2 von 127 Seiten (2 %)

Google reCAPTCHA ist ein Captcha von Google. Es lädt auf 2 von 127 Seiten (2 %), etwa auf muster-gmbh.example/kontakt.

Warum das zählt: Schon beim Laden der Seite gehen die IP-Adresse und Merkmale des Geräts an Google. Das geschieht, bevor der Besucher etwas ausfüllt oder zustimmt. Diese Übermittlung muss in Ihrer Datenschutzerklärung stehen und rechtlich begründet sein.

Zu tun: Ersetzen Sie das Captcha durch eine Lösung auf Ihrem eigenen Server, zum Beispiel ALTCHA. Sie arbeitet ohne Cookies und ohne Verbindung zu einem fremden Anbieter. Den Austausch übernimmt Ihre Agentur; danach wird die Datenschutzerklärung angepasst. Dies ist ein Hinweis und keine Rechtsberatung.

WARNUNG — Die Website verweist auf staging.agentur.example — eine Entwicklungsadresse

staging.agentur.example kommt als eingebundene Datei vor. Der Hostname enthält den Abschnitt „staging".

Warum das zählt: Der Browser jedes Besuchers verbindet sich beim Laden ungefragt mit diesem Server — die IP-Adresse geht dorthin, ohne dass jemand etwas angeklickt hat. Wird die Umgebung abgeschaltet, fehlt der Inhalt auf der veröffentlichten Website.

Zu tun: Die betroffenen Adressen im Redaktionssystem auf die veröffentlichte Domain umstellen. Bei Bildern und Skripten heißt das in der Regel: Datei in die eigene Medienverwaltung übernehmen und den Verweis neu setzen. Zuständig ist, wer die Website gebaut hat. Aufwand: wenige Minuten je Adresse.

IN ORDNUNG — Keine überholte Grundlage für die Datenübermittlung genannt

Ihre Datenschutzerklärung beruft sich nicht auf Safe Harbor oder das EU-US Privacy Shield. Beide Abkommen wurden vom Europäischen Gerichtshof für ungültig erklärt.

Warum das zählt: Geprüft wurde allein dieser Punkt. Ob die Erklärung im Übrigen vollständig und zutreffend ist, beurteilen wir nicht.

WARNUNG — 2 Cookies werden vom Server gesetzt, bevor zugestimmt werden kann

Der Server sendet _ga, hubspotutk an erstmalige Besucher, bevor diese einer Verwendung zustimmen konnten. Betroffen sind 12 erfasste Seiten.

Warum das zählt: Für Cookies, die nicht rein technisch nötig sind, verlangt § 25 TDDDG die Zustimmung VOR dem Setzen. Ein Cookie-Banner kann hier nicht helfen: Der HTTP-Header ist längst übertragen, bevor der Banner erscheint.

Zu tun: Diese Cookies erst nach einer Zustimmung setzen lassen – die Consent-Plattform steuert üblicherweise auch die serverseitigen Cookies. Rein technische Sitzungs-Cookies dürfen gesetzt bleiben.

WARNUNG — Schriften werden von Google-Servern nachgeladen

Die Website lädt zwei Schriftarten bei jedem Aufruf von fonts.googleapis.com.

Warum das zählt: Dabei wird die IP-Adresse des Besuchers an den Anbieter übertragen. Gerichte haben das mehrfach beanstandet.

Zu tun: Die Schriften auf den eigenen Server legen und von dort ausliefern. Aufwand für die Agentur rund eine Stunde, Nebeneffekt ist ein schnellerer Seitenaufbau.

WARNUNG — Das Impressum liegt 3 Klicks von der Startseite entfernt

Der kürzeste gefundene Weg zum Impressum führt über 3 Klicks. Die Datenschutzerklärung ist über einen Link in der Fußzeile erreichbar.

Warum das zählt: § 5 DDG verlangt eine ständig verfügbare Anbieterkennzeichnung. Je länger der Weg dorthin, desto schwerer ist sie für Besucher und Aufsicht zu erreichen.

Zu tun: Einen Link auf das Impressum in die Fußzeile setzen, damit er auf jeder Seite steht. Einmalige Arbeit an der Seitenvorlage.

WARNUNG — Google Analytics lädt vor der Einwilligung

Die Analyse-Software startet bereits beim ersten Seitenaufruf, bevor der Besucher im Banner entschieden hat.

Warum das zählt: Für Analysedienste ist eine vorherige Einwilligung vorgesehen (§ 25 TDDDG). Zum Zeitpunkt der Prüfung lag sie nicht vor.

Zu tun: Die meisten Einwilligungslösungen bieten dafür eine Einstellung, die Skripte bis zur Zustimmung zurückhält. Ihre Agentur aktiviert sie.

WARNUNG — YouTube-Video lädt direkt von Google-Servern

Auf der Seite „Unternehmen" ist ein Video eingebunden, das beim Aufruf unmittelbar von Google geladen wird.

Warum das zählt: Dabei erfährt der Anbieter die IP-Adresse Ihres Besuchers, auch ohne Klick auf das Video.

Zu tun: YouTube bietet eine Einbettung ohne Vorab-Verbindung an. Alternativ eine Vorschaugrafik zeigen, die das Video erst auf Klick lädt.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/unternehmen

WARNUNG

3 fremde Dienste laden auf Unterseiten

Außerhalb der Startseite laden 3 Dienste eines fremden Anbieters, auf 4 von 127 erfassten Seiten. Google Maps auf muster-gmbh.example/kontakt; Google Fonts auf muster-gmbh.example/kontakt und 2 weiteren; YouTube auf muster-gmbh.example/unternehmen.

Warum das zählt: Ein solcher Dienst verbindet sich beim Aufruf der Seite mit dem Anbieter und überträgt dabei die IP-Adresse des Besuchers — auf einer Unterseite genauso wie auf der Startseite. Eine aufgeräumte Startseite sagt darüber nichts. Betroffen sind erfahrungsgemäß die Seiten mit Karte, Video oder Kontaktformular, also die meistbesuchten.

Zu tun: Prüfen Sie je Seite, ob der Dienst dort wirklich gebraucht wird und ob er erst nach einer Einwilligung lädt. Karten und Videos lassen sich als Vorschaubild einbinden, das den Inhalt erst auf Klick nachlädt; Schriften lassen sich einmalig herunterladen und selbst ausliefern. Ob im Einzelfall eine Einwilligung nötig ist, klärt Ihre Rechtsberatung — dies ist ein Hinweis und keine Rechtsberatung.

WARNUNG

„nachhaltig" steht auf 6 Seiten — für diesen Begriff gelten besondere Anforderungen

Auf 6 von 128 erfassten Seiten kommt der Begriff vor. Beispiel: „… setzen wir auf nachhaltige Materialien und kurze Wege …"

Warum das zählt: „Nachhaltig" ohne Bezug darauf, was genau nachhaltig ist und woran man es misst, gilt als allgemeine Umweltaussage. Konkret wird sie erst mit dem Was und dem Beleg.

Zu tun: Prüfen Sie, ob der Beleg unmittelbar bei der Aussage steht: die Erklärung, der Nachweis, die Fundstelle. Grundlage: Richtlinie (EU) 2024/825 (EmpCo), umgesetzt im UWG. Dies ist ein Hinweis und keine Rechtsberatung — ob Ihre konkrete Formulierung zulässig ist, klärt Ihre Rechtsberatung.

ZUR EINORDNUNG

2 Formulare senden an einen fremden Empfänger

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) steht ein Formular, dessen Empfangsadresse auf einer fremden Domain liegt: newsletter-dienst.example, termine.example.

Warum das zählt: Was Besucher dort eintragen, erreicht zuerst diesen Dienst und nicht Sie. Das ist bei Newsletter-, Buchungs- und Bewerbungsformularen der Normalfall und für sich kein Mangel.

Zu tun: Prüfen Sie, ob die genannten Dienste in Ihrer Datenschutzerklärung stehen. Wir beurteilen deren Inhalt nicht; das gehört in die Hand einer Rechtsberatung.

Warum ohne Bewertung: Formulare an einen Newsletter- oder Buchungsdienst sind der Normalfall. Der Punkt sagt, wohin die Daten gehen — ob das in Ihrer Datenschutzerklärung steht, beurteilen wir nicht.

ZUR EINORDNUNG

Ausgeliefert aus Deutschland (Hetzner Online)

Ihre Website wird aus Deutschland ausgeliefert, betrieben von Hetzner Online.

Warum das zählt: Der Serverstandort liegt im Europäischen Wirtschaftsraum. Für die Übermittlung an den Hoster braucht es damit keine zusätzliche Grundlage.

Warum ohne Bewertung: Ein Serverstandort ist eine Tatsache, kein Mangel. Auch ein Standort außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums ist zulässig; ob Ihre Datenschutzerklärung und Ihr Vertrag mit dem Hoster ihn abdecken, beurteilen wir ausdrücklich nicht.

ZUR EINORDNUNG

Grundlage der Herkunftsangabe

Die Angabe beruht auf der Zuordnung des Adressbereichs 203.0.113.42. Angaben zu Land und Betreiber stammen aus der GeoLite2-Datenbank von MaxMind (maxmind.com).

Warum das zählt: Wo ein Adressbereich eingetragen ist, muss nicht sein, wo der Rechner steht. Bei vorgeschalteten Diensten weicht beides regelmäßig voneinander ab.

Warum ohne Bewertung: Worauf die Angabe zur Herkunft beruht und wo ihre Grenze liegt.

ZUR EINORDNUNG

Ein fremder Server liefert eingebundene Dateien

7 eingebundene Dateien kommen von medien.agentur.example. Dieser Server gehört weder zu Ihrer Domain noch zu einem Anbieter, den wir als Dienst kennen.

Warum das zählt: Der Browser jedes Besuchers verbindet sich beim Laden mit diesen Servern. Fällt einer aus oder wird abgeschaltet, fehlt der entsprechende Teil Ihrer Website. Häufig steckt dahinter ein eigenes Auslieferungsnetz oder eine Schwesterdomain — ebenso häufig ein Rest aus der Bauphase, etwa der Server, auf dem die Website vor dem Livegang lag.

Zu tun: Sehen Sie die Liste durch und klären Sie je Server, ob er dort hingehört. Gehört er nicht dazu, gehören die Dateien in Ihre eigene Medienverwaltung. Zuständig ist, wer die Website betreut.

Warum ohne Bewertung: Ein fremder Server kann ein eigenes Auslieferungsnetz, eine Schwesterdomain oder ein Rest aus der Bauphase sein. Von außen ist das nicht zu unterscheiden, deshalb steht die Liste zur Einordnung und wird nicht gewertet.

Betroffen:

Barrierefreiheit

9 zu prüfen

WARNUNG — 6 Formularfelder ohne Beschriftung

Auf 3 von 128 Seiten (2 %) tragen Eingabefelder keine verknüpfte Beschriftung. Ein Platzhaltertext im Feld zählt nicht als Beschriftung.

Warum das zählt: Screenreader geben dann keinen Feldnamen aus. Wer die Seite nicht sehen kann, erfährt nicht, was einzutragen ist – beim Kontaktformular endet der Vorgang dort.

Zu tun: Je Feld eine Beschriftung mit dem Eingabefeld verknüpfen. Meist eine einmalige Änderung an der Formularvorlage durch die Agentur.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt, www.muster-gmbh.example/newsletter

WARNUNG — 384 verlinkte Bilder ohne Textalternative

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) führt ein Bild ohne Alternativtext zu einem Link, der selbst keinen Text enthält. Es sind je Seite dieselben drei Elemente: das Logo und zwei Symbole in der Kopfzeile.

Warum das zählt: Für Screenreader bleibt dieser Link ohne Bezeichnung; ausgegeben wird dann meist die Zieladresse.

Zu tun: Dem Bild einen Alternativtext geben, der das Ziel benennt – beim Logo also „Zur Startseite" statt „Logo". Eine Korrektur in der Seitenvorlage wirkt auf allen Seiten.

WARNUNG — Auf dem Telefon lässt sich die Seite nicht vergrößern (128 Seiten)

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) unterbindet die Anzeige-Angabe im Seitenkopf das Vergrößern mit zwei Fingern.

Warum das zählt: Wer eine Lesebrille braucht, vergrößert die Seite auf dem Telefon. Ist das unterbunden, bleibt der Text unlesbar.

Zu tun: In der Anzeige-Angabe des Seitenkopfs die Sperre entfernen: „user-scalable=no" streichen und „maximum-scale" auf mindestens 2 setzen oder weglassen. Eine Zeile in der Seitenvorlage.

WARNUNG — 2 iframes ohne Titel

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) sind fremde Inhalte eingebunden, die keine Bezeichnung tragen: ein Kartenausschnitt und ein Video.

Warum das zählt: Screenreader kündigen den eingebundenen Bereich ohne Namen an. Vor dem Hineinwechseln ist nicht erkennbar, was dort zu erwarten ist.

Zu tun: Eine einzelne Bezeichnung je Einbindung, etwa „Anfahrtskarte" oder „Imagefilm". Kleiner Eingriff an der Stelle, an der der Inhalt eingebunden wird.

WARNUNG — 4 Elemente mit positivem tabindex

Auf 1 von 128 Seiten ist die Reihenfolge beim Weiterschalten per Tabulatortaste von Hand vorgegeben.

Warum das zählt: Diese Elemente werden vor allen übrigen angesteuert, unabhängig von ihrer Position auf der Seite. Die Bedienung per Tastatur springt dadurch in einer Reihenfolge, die dem Layout widerspricht.

Zu tun: Die festen Werte entfernen; die Reihenfolge ergibt sich dann aus dem Quelltext.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt

IN ORDNUNG — Barrierefreiheit — automatisiert prüfbare Merkmale ausgewertet

Geprüft wurden acht Struktur-Merkmale im Quelltext von 128 Seiten. Dazu zählen Beschriftung von Formularfeldern, Linktexte, Überschriftenebenen, eindeutige Kennungen, Textalternativen verlinkter Bilder, Tabellenkopfzeilen, Titel eingebundener iframes und tabindex-Werte.

Warum das zählt: Automatisierte Prüfungen erfassen nur einen Teil der anerkannten Anforderungen. Ohne manuelle Kontrolle nicht prüfbar sind Farbkontraste, Bedienbarkeit per Tastatur, Reihenfolge des Fokus, Verständlichkeit der Sprache und die Eignung vorhandener Alternativtexte. Aus diesem Ergebnis lässt sich keine Aussage über die

Konformität mit einer Norm ableiten.
Zu tun: Die aufgeführten Punkte lassen sich im Redaktionssystem oder in der Seitenvorlage beheben. Für eine belastbare Gesamtaussage ist zusätzlich eine manuelle Prüfung durch eine fachkundige Person nötig.

WARNUNG

Auf 12 Seiten werden Überschriftenebenen übersprungen

Auf 12 von 128 Seiten (9 %) folgt auf eine Überschrift eine um mehr als eine Stufe tiefere. Beispiel aus dem erfassten Bestand: H2 gefolgt von H4.
Warum das zählt: Die Überschriften bilden die Gliederung der Seite. Screenreader navigieren an ihnen entlang; eine ausgelassene Stufe lässt offen, ob ein Abschnitt untergeordnet ist oder ein neues Thema beginnt.
Zu tun: Überschriften lückenlos stufen: auf H2 folgt H2 oder H3, nicht H4. Die Stufe bestimmt die Gliederung, die Schriftgröße regelt die Gestaltungsvorlage.

WARNUNG

Dieselbe id ist im Quelltext mehrfach vergeben

Auf 8 von 128 Seiten (6 %) kommt mindestens eine id mehrfach vor. Betroffen ist überwiegend der Suchbereich in der Kopfzeile.
Warum das zählt: Beschriftungen und Sprungmarken binden über die id an ein Element. Ist sie doppelt vergeben, ist die Zuordnung nicht eindeutig und trifft ein anderes als das gemeinte Element.
Zu tun: Jede id nur einmal je Seite vergeben. Doppelte entstehen meist dadurch, dass ein Element mehrfach auf derselben Seite eingebunden wird – dann genügt eine Korrektur in der Vorlage.

WARNUNG

41 Links mit nichtssagendem Linktext

Auf 22 von 128 Seiten (17 %) stehen Links, deren Text das Ziel nicht benennt. Häufigste Formulierung: „mehr".
Warum das zählt: Screenreader können alle Links einer Seite als Liste ausgeben. Steht dort mehrfach „mehr", ist keiner davon unterscheidbar. Auch Suchmaschinen werten den Linktext als Hinweis auf das Ziel.
Zu tun: Den Linktext auf das Ziel umschreiben, etwa „Leistungen ansehen" statt „mehr". Redaktionelle Arbeit, wenige Sekunden je Link.

WARNUNG

2 Tabellen ohne Kopfzeile

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) steht eine Tabelle mit mehreren Zeilen und Spalten, deren Kopfzelle nicht als solche ausgezeichnet ist.
Warum das zählt: Screenreader nennen beim Vorlesen einer Zelle sonst nicht die zugehörige Spaltenüberschrift. Ohne diesen Bezug ist eine Preistabelle nicht erfassbar.
Zu tun: Die Kopfzellen auszeichnen und ihre Richtung angeben. Einmalige Arbeit je Tabellenvorlage; reine Layout-Tabellen sind davon ausgenommen.
Betroffen: www.muster-gmbh.example/preise, www.muster-gmbh.example/anfahrt

Technik & Erreichbarkeit

4 kritisch, 16 zu prüfen

KRITISCH

1 von 3 Adressen scheitert an einem angehängten Parameter

An die Adressen wurde ein zusätzlicher Parameter angehängt (?conregio-pruefung=1), wie ihn Newsletter, Anzeigen und Verweise aus anderen Diensten mitführen. Die Startseite antwortete darauf mit einem Serverfehler statt mit der Seite.
Warum das zählt: Besucher, die über einen Newsletter, eine Anzeige oder einen geteilten Verweis kommen, sehen dann eine Fehlermeldung. In Ihrer Zugriffsstatistik erscheint kein Fehler, sondern schlicht kein Besuch.
Zu tun: Unbekannte Parameter müssen ignoriert werden, nicht zum Abbruch führen. Ihre Agentur prüft die Adressverarbeitung und den vorgeschalteten Zwischenspeicher.
Betroffen: www.muster-gmbh.example/ (Antwort 500), www.muster-gmbh.example/leistungen (Antwort 200), www.muster-gmbh.example/kontakt (Antwort 200)

KRITISCH

Ein Formular sendet an eine Adresse, die es nicht gibt

Das Formular schickt seine Eingaben an https://muster-gmbh.example/kontakt-senden.php. Diese Adresse antwortet mit „nicht gefunden" (404).
Warum das zählt: Wer das Formular absendet, erhält eine Fehlerseite oder eine Bestätigung ohne Wirkung. Die Anfrage kommt nicht an, und der Absender erfährt es nicht.

Zu tun: Lassen Sie die Empfangsadresse des Formulars von Ihrer Agentur prüfen. Häufigste Ursache ist ein Serverumzug, bei dem das verarbeitende Skript zurückgeblieben ist.

KRITISCH

2 eingebundene Dateien fehlen

2 von 38 geprüften Einbindungen führen ins Leere. Betroffen sind Formatvorlage, Bild.

Warum das zählt: Fehlt eine Formatvorlage oder ein Skript, sieht die Seite anders aus als vorgesehen oder eine Funktion fällt aus. Besucher bemerken das sofort, ohne den Grund zu kennen.

Zu tun: Die aufgeführten Adressen im Browser aufrufen. Meist ist die Datei beim Umbau verschoben worden; dann genügt es, die Einbindung auf die neue Adresse zu setzen.

KRITISCH

3 Seiten sind von der Google-Suche ausgeschlossen

Drei Seiten tragen eine Anweisung, die Suchmaschinen die Aufnahme untersagt – darunter die Seite „Leistungen".

Warum das zählt: Diese Seiten erscheinen in keinem Suchergebnis. Bei „Leistungen" betrifft das eine Ihrer wichtigsten Einstiegsseiten.

Zu tun: Die Anweisung auf den drei Seiten entfernen lassen. Häufigste Ursache ist eine aus der Testumgebung übernommene Einstellung. Bis zur Wiederaufnahme durch Google vergehen einige Tage.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen, www.muster-gmbh.example/leistungen/wartung, www.muster-gmbh.example/downloads

WARNUNG

Ihre Website antwortet nur unter www.muster-gmbh.example

Die im Projekt gespeicherte Adresse muster-gmbh.example lieferte keine Antwort. Geprüft wurde deshalb www.muster-gmbh.example — dort kam die Website. Alle übrigen Befunde dieses Berichts beziehen sich auf diese Adresse.

Warum das zählt: Wer die gespeicherte Adresse eintippt oder einem Verweis darauf folgt, bekommt eine Fehlermeldung. Das trifft auch Drucksachen, E-Mail-Signaturen und Verweise fremder Websites.

Zu tun: Zwei Wege, und der erste ist der bessere: Ihr Hoster richtet für muster-gmbh.example eine dauerhafte Weiterleitung (Status 301) auf www.muster-gmbh.example ein. Oder Sie tragen www.muster-gmbh.example als Projektadresse ein — dann prüft der nächste Lauf gleich die richtige.

IN ORDNUNG

robots.txt in Ordnung

Die Datei ist vorhanden und schränkt weder Suchmaschinen noch diese Prüfung ein.

Warum das zählt: Der häufigste Grund für eine vollständig unsichtbare Website liegt damit nicht vor.

IN ORDNUNG

2 Mailserver hinterlegt

Für muster-gmbh.example sind 2 Mailserver eingetragen.

Warum das zählt: Fällt ein Server aus, übernimmt ein anderer.

IN ORDNUNG

Unter Ihrer Adresse steht Ihre Website

Die Startseite trägt einen Titel und 1.240 Wörter Inhalt und führt auf 127 weitere Seiten.

Warum das zählt: Geprüft wurde, ob dort eine Verkaufs-, Standard- oder Baustellenseite steht und ob eine Anweisung im Quelltext auf eine fremde Adresse weiterleitet. Ob der Inhalt aktuell ist, sagt dieser Punkt nicht.

IN ORDNUNG

Ihre Domain ist mit und ohne „www." erreichbar

Sowohl muster-gmbh.example als auch www.muster-gmbh.example liefern eine Serveradresse.

Warum das zählt: Besucher erreichen Ihre Website in beiden Schreibweisen. Welche davon die maßgebliche ist, weist der Punkt zur einheitlichen Adresse aus.

WARNUNG

Die Testnachricht landete im Spamordner

Die Testnachricht kam an, wurde aber als unerwünscht einsortiert. Echte Anfragen landen damit ebenfalls im Spamordner.

Warum das zählt: Was bei uns im Spamordner landet, landet dort auch bei Ihnen. Anfragen von Kunden werden damit übersehen oder gar nicht erst zugestellt.

Zu tun: Lassen Sie prüfen, ob die Absenderangaben des Formulars zur Domain passen. Häufigste Ursache ist eine Absenderadresse, für die der versendende Server nicht zugelassen ist — die Punkte zur

E-Mail-Zustellbarkeit in diesem Bericht nennen die Einzelheiten.

IN ORDNUNG

Die Empfängerdomain eines Formulars nimmt Nachrichten an

Ein Formular schickt an eine Adresse bei muster-gmbh.example. Für diese Domain ist ein Mailserver eingetragen.

WARNUNG

4 interne Links führen auf Fehlerseiten

Vier Verweise innerhalb der Website enden mit Fehler 404. Zwei davon stehen in der Fußzeile und damit auf jeder Seite.

Warum das zählt: Besucher landen auf einer Fehlerseite statt beim gesuchten Inhalt. Bei Links in der Fußzeile betrifft das jeden Seitenaufruf.

Zu tun: Die vier Ziele in der Liste korrigieren oder die Verweise entfernen. Aufwand: wenige Minuten je Link.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/downloads/preisliste-2024.pdf, www.muster-gmbh.example/karriere/stellen (+2 weitere)

WARNUNG

muster-gmbh.example leitet auf eine andere Domain: muster-holding.example

Die gespeicherte Adresse leitet auf muster-holding.example weiter. Der Bericht beschreibt deshalb die Inhalte unter muster-holding.example, nicht die unter muster-gmbh.example.

Warum das zählt: Die Adresse im Projekt ist damit überholt. Solange sie so stehen bleibt, vergleicht jeder Lauf einen anderen Gegenstand als den, der im Projektnamen steht — und ein Trend über die Zeit verliert seine Grundlage.

Zu tun: Ist der Umzug gewollt, tragen Sie muster-holding.example als Projektadresse ein. Ist er es nicht, gehört die Weiterleitung entfernt — prüfen Sie in dem Fall auch, wer sie eingetragen hat.

IN ORDNUNG

Website läuft unter genau einer Adresse

Aufrufe ohne „www" werden auf die Schreibweise mit „www" umgeleitet.

Warum das zählt: Der Inhalt ist damit nicht doppelt erreichbar; Google zählt alle Signale auf eine Adresse.

IN ORDNUNG

Seiten sind für Smartphones vorbereitet

Alle geprüften Seiten enthalten die Angabe zur Darstellung auf kleinen Bildschirmen.

Warum das zählt: Google bewertet Websites vorrangig in ihrer mobilen Darstellung.

WARNUNG

Der SPF-Eintrag sagt nicht, was mit fremden Absendern geschehen soll

Die SPF-Regel von muster-gmbh.example endet ohne klare Angabe (kein „all").

Warum das zählt: Empfänger entscheiden dann selbst, wie sie mit Nachrichten fremder Server umgehen. Das Ergebnis ist von Anbieter zu Anbieter verschieden.

Zu tun: Lassen Sie die Regel mit „~all" abschließen. Das weist unbekannte Absender ab, ohne eigene Nachrichten zu gefährden.

ZUR EINORDNUNG

DMARC-Regel von muster-gmbh.example steht auf „none"

„none" bedeutet: beobachten, nicht eingreifen. Empfangende Server erfahren also, wie sie Fälschungen erkennen — aber nicht, dass sie sie aussortieren sollen.

Warum das zählt: Gefälschte Nachrichten werden weiterhin zugestellt. In Prüfwerkzeugen sieht die Domain abgesichert aus, ohne es zu sein.

Zu tun: Werten Sie die eingehenden Berichte aus und stellen Sie die Regel danach auf „quarantine".

Warum ohne Bewertung: Ohne DMARC-Eintrag werden Ihre E-Mails weiterhin zugestellt; der Eintrag ist eine Empfehlung. Der Punkt steht zur Einordnung und wird nicht gewertet.

IN ORDNUNG

Die Namensauflösung ist auf 2 Nameserver verteilt

Für muster-gmbh.example sind 2 Nameserver eingetragen (ns1.hoster.example, ns2.hoster.example). Alle liegen in derselben übergeordneten Domain (hoster.example). Die Ausfallsicherheit ist damit geringer, als die Anzahl vermuten lässt. Bei den meisten Anbietern ist das so und kein Mangel.

Warum das zählt: Fällt ein Nameserver aus, beantwortet ein anderer die Anfragen. Ihre Domain bleibt damit auffindbar.

ZUR EINORDNUNG

E-Mails aus Formularen: Ihr Webserver ist nicht als Absender eingetragen (SPF)

Im SPF-Eintrag Ihrer Domain steht, welche Server E-Mails mit Ihrer Absenderadresse verschicken dürfen. Die Adresse Ihres Webservers (203.0.113.42) steht dort nicht. Bei den meisten Websites ist das richtig so: Sie verschicken über den Postausgangsserver ihres Mail-Anbieters, und der steht im Eintrag.

Warum das zählt: Versendet Ihre Website dagegen selbst — das kommt bei einfachen Kontaktformularen vor —, sortieren empfangende Mailserver die Nachrichten voraussichtlich als unerwünscht ein.

Zu tun: Klären Sie mit Ihrer Agentur, auf welchem Weg Ihre Website Nachrichten verschickt. Versendet sie direkt, gehört die Adresse des Webservers in den SPF-Eintrag der Domain.

Warum ohne Bewertung: Dass der Webserver nicht als Absender eingetragen ist, ist bei den meisten Websites richtig — sie versenden über einen Postausgangsserver. Ein Mangel ist es nur, wenn die Website selbst versendet, und das ist von außen nicht feststellbar. Der Punkt steht zur Einordnung und wird nicht gewertet.

WARNUNG

2 Adressen in der Sitemap leiten weiter

2 von 119 (2 %) geprüften Sitemap-Adressen führen nicht direkt zum Ziel, sondern über eine Weiterleitung.

Warum das zählt: Eine Sitemap soll die endgültigen Adressen nennen. Jede Weiterleitung kostet einen zusätzlichen Abruf und lässt offen, welche der beiden Adressen in den Index soll.

Zu tun: In der Sitemap jeweils die Zieladresse eintragen statt der weiterleitenden. Häufigste Ursache ist eine Umstellung der Adressen, nach der die Sitemap nicht neu erzeugt wurde.

WARNUNG

9 eingebundene Dateien werden über eine Umleitung geladen

9 von 38 geprüften Einbindungen führen nicht direkt zum Ziel. Zusammen sind das 11 zusätzliche Anfragen bei jedem Seitenaufruf.

Warum das zählt: Jede Umleitung ist eine zusätzliche Anfrage, bevor die Datei überhaupt geladen wird – bei jedem Besuch, für jeden Besucher. Häufigste Ursache sind Einbindungen über „www." oder noch über „http://".

Zu tun: Die Einbindungen im Quelltext auf die endgültige Adresse setzen. Steckt die Adresse in der Seitenvorlage, genügt ein einmaliger Eingriff für alle Seiten.

WARNUNG

Nicht vorhandene Adressen leiten auf eine vorhandene Seite weiter

Der Aufruf einer erfundenen Unteradresse wird auf muster-gmbh.example/ weitergeleitet (Code 302). Eine Fehlermeldung gibt Ihre Website nicht aus.

Warum das zählt: Damit gilt jede vertippte und jede veraltete Adresse als gültige Seite. Suchmaschinen nehmen sie als Kopien derselben Seite auf. Echte Fehler bleiben zugleich unbemerkt.

Zu tun: Die Weiterleitung für unbekannte Adressen abschalten und stattdessen den Code 404 ausliefern. Zuständig ist Ihre Agentur oder Ihr Hoster.

WARNUNG

Fremde Website nicht mehr auffindbar

Zu innung-beispielstadt.example/mitglieder ließ sich kein Server ermitteln; der Domainname ist nicht hinterlegt. Der Verweis steht auf www.muster-gmbh.example/partner.

Warum das zählt: Der Verweis lässt sich nicht mehr aufrufen. Aufgegebene Domainnamen werden häufig neu vergeben und tragen danach fremde Inhalte. Betroffen sind 3 von 44 geprüften fremden Adressen (7 %).

Zu tun: Den Verweis entfernen oder auf eine gleichwertige Quelle setzen. Eine Suche nach der neuen Adresse lohnt hier meist nicht.

WARNUNG

Toter Verweis auf eine fremde Website (Fehler 404)

partner-handwerk.example/referenzen antwortet mit dem Code 404. Der Verweis steht auf www.muster-gmbh.example/ueber-uns.

Warum das zählt: Besucher gelangen dort nicht zum angekündigten Inhalt, sondern auf eine Fehlerseite. Betroffen sind 3 von 44 geprüften fremden Adressen (7 %).

Zu tun: Die neue Adresse des Ziels suchen und den Verweis darauf setzen. Gibt es das Angebot nicht mehr, den Verweis entfernen. Redaktionelle Arbeit, wenige Minuten je Verweis.

IN ORDNUNG

128 Seiten durchgesehen

Die Prüfung hat 128 Seiten vollständig erfasst. Der Lauf endete regulär, nicht wegen einer Zeitgrenze.

Warum das zählt: Die Aussagen dieses Berichts beziehen sich auf diesen Stand.

WARNUNG

17 interne Links zeigen auf weiterleitende Adressen

Siebzehn Verweise innerhalb der Website führen zunächst auf eine Umleitung und erst dann zum Ziel.

Warum das zählt: Jede Umleitung kostet Ladezeit. Die Seiten funktionieren, sind aber langsamer als nötig.

Zu tun: Die Links direkt auf das endgültige Ziel setzen. Kleiner Aufwand, meist in einem Durchgang zu erledigen.

WARNUNG

2 Weiterleitungen laufen über mehrere Stationen

Zwei Adressen leiten über eine Zwischenstation weiter, bevor die Zielseite erscheint.

Warum das zählt: Jede zusätzliche Station verlängert den Aufruf. Suchmaschinen folgen langen Ketten nur begrenzt.

Zu tun: Die Weiterleitungsregeln so zusammenfassen, dass die erste Station direkt auf das Ziel zeigt. Ihr Hoster oder Ihre Agentur ändert das in der Serverkonfiguration.

IN ORDNUNG

Favicon vorhanden — Symbol im Browser-Tab

Das Symbol für den Browser-Tab ist hinterlegt und abrufbar.

Warum das zählt: In Lesezeichen und geöffneten Tabs ist Ihre Website dadurch wiedererkennbar.

IN ORDNUNG

sitemap.xml gefunden — die Adressliste für Suchmaschinen

Die Sitemap ist unter /sitemap.xml erreichbar und nennt 131 Adressen. In dieser Datei nennt eine Website den Suchmaschinen alle Adressen, die sie kennen sollen.

Warum das zählt: Suchmaschinen finden darüber auch Seiten, die kaum verlinkt sind.

ZUR EINORDNUNG

Zugriff durch KI-Dienste: 4 von 25 Kennungen sind ausgeschlossen

Die robots.txt Ihrer Website sperrt 4 von 25 bekannten Kennungen aus. Training, also die Nutzung Ihrer Inhalte als Lernmaterial: 4 von 14 Kennungen gesperrt (GPTBot, ClaudeBot, CCBot, Bytespider). Live-Abruf, also das Holen der Seite bei einer konkreten Frage: 0 von 7 Kennungen gesperrt. Suchindex, also die gewohnte Suche bei Google und Bing: 0 von 4 Kennungen gesperrt. Namentlich aufgeführt sind 4 der 25 Kennungen; für die übrigen gilt die Sammelregel für alle Programme.

Warum das zählt: Diese Einstellung entscheidet, ob Ihre Inhalte in Antworten von KI-Diensten auftauchen und ob sie als Lernmaterial verwendet werden. Beides lässt sich getrennt regeln. Zur Einordnung: Die Kennung Google-Extended betrifft ausschließlich Gemini. Auf die Google-Suche und auf die KI-Übersichten in den Suchergebnissen hat sie keinen Einfluss; dafür ist Googlebot maßgeblich.

Zu tun: Hier ist nichts zu beheben; der Punkt beschreibt eine Einstellung. Wenn Sie in KI-Antworten sichtbar sein möchten, lassen Sie die Kennungen für den Live-Abruf zu. Wenn Sie die Nutzung Ihrer Inhalte als Lernmaterial einschränken möchten, sperren Sie die Kennungen für das Training. Beides ändert Ihr Hoster oder Ihre Agentur mit wenigen Zeilen in der robots.txt. Welcher Weg zu Ihrem Geschäft passt, entscheiden Sie; diese Prüfung gibt dazu keine Empfehlung ab.

Warum ohne Bewertung: Ob Sichtbarkeit in KI-Antworten erwünscht ist oder der Schutz eigener Inhalte schwerer wiegt, entscheiden Sie — nicht wir. Der Punkt wird deshalb nicht gewertet.

IN ORDNUNG

Sprache der Seiten ist ausgezeichnet (Deutsch)

Alle geprüften Seiten geben Deutsch als Sprache an.

Warum das zählt: Screenreader wählen dadurch die richtige Aussprache, und Google ordnet die Seiten dem deutschsprachigen Raum zu.

IN ORDNUNG

Namensauflösung (DNS) — Umfang dieser Prüfung

Abgefragt wurden ausschließlich DNS-Einträge für muster-gmbh.example. Ausgewertet sind die eingetragenen Nameserver, die Serveradressen der Domain und der Schreibweise mit „www." sowie die IPv6-Adressen. Die Website selbst wurde dafür nicht abgerufen.

Warum das zählt: Nicht erfasst sind DNSSEC (die Signierung der DNS-Antworten), die Antwortzeiten der Nameserver, ihre Verteilung auf verschiedene Standorte und der Abgleich mit den Angaben bei der Registrierungsstelle. Ob die hinterlegten Adressen auf den richtigen Server zeigen, stellt diese Prüfung ebenfalls nicht fest.

Zu tun: Für alle genannten Punkte ist Ihr Hoster oder Domain-Verwalter zuständig. Änderungen im DNS wirken je nach Zwischenspeicher erst nach einigen Stunden.

IN ORDNUNG

Grundlage der Formularprüfung

Gefunden wurden 4 Empfangsadressen von Formularen, davon 4 abgefragt. Dazu eine Empfängerdomain aus einem direkt adressierten Formular. Abgefragt wird nur, ob die Adresse vorhanden ist. Abgesendet wird nichts: Ein Testversand würde bei Ihnen dieselbe Verarbeitung auslösen wie eine echte Anfrage.

Warum das zählt: Damit ist nicht geprüft, ob die Verarbeitung dahinter funktioniert. Ein Skript, das Nachrichten an ein aufgelöstes Postfach schickt, antwortet weiterhin ohne Fehler. Ob eine Nachricht ankommt, zeigt nur ein echter Versand.

ZUR EINORDNUNG

Mailserver der Domain hat sich geändert

Die Mailserver der Domain lauten nicht mehr wie beim letzten Vergleich vom 01.08.2026: bisher mx1.alter-hoster.example, jetzt mx.neuer-hoster.example.

Warum das zählt: Das Postfach der Domain liegt damit auf einem anderen Server. Kommen Nachrichten aus Formularen seit Kurzem nicht mehr an, ist das die erste Stelle zum Nachsehen.

Zu tun: Diese Angabe ist zur Information gedacht. Prüfen Sie, ob eine Einstellung von der alten Adresse abhängt: Freigaben für feste Adressen, Einträge in einer Firewall oder Verweise in fremden Systemen. War der Wechsel nicht abgesprochen, fragen Sie bei Ihrer Agentur nach.

Warum ohne Bewertung: Ein Wechsel der Serveradresse ist für sich genommen kein Mangel — meist steckt ein geplanter Umzug dahinter. Der Punkt steht hier, damit er nachvollziehbar bleibt, und wird nicht gewertet.

IN ORDNUNG

Grundlage des Verlaufs

Beobachtet werden 4 von 4 Angaben zur Domain. Geändert hat sich: Postfach.

Warum das zählt: Beobachtet werden die Adresse der Website, der Mailserver und die Nameserver. Andere DNS-Einträge werden nicht verfolgt.

ZUR EINORDNUNG

llms.txt fehlt — keine Auskunft für KI-Systeme

Unter der Adresse /llms.txt liegt keine Datei. In einer llms.txt erklären Betreiber KI-Systemen in eigenen Worten, worum es auf ihrer Website geht und welche Seiten die wichtigsten sind.

Warum das zählt: Ohne diese Datei stützen sich KI-Systeme auf den Seiteninhalt selbst.

Zu tun: Wer die Sichtbarkeit in KI-Antworten aktiv gestalten will, legt eine schlichte Textdatei unter /llms.txt ab. Aufwand eine halbe Stunde.

Warum ohne Bewertung: Die llms.txt ist ein Vorschlag, kein Standard – kein Anbieter sagt zu, sie zu lesen. Ob sie vorhanden ist, wird deshalb nicht gewertet.

IN ORDNUNG

38 eingebundene Dateien auf Erreichbarkeit geprüft

Von 61 im Quelltext gefundenen Einbindungen wurden 38 tatsächlich abgerufen. 23 Einbindungen liegen auf fremden Adressen und wurden nicht geprüft.

Warum das zählt: Geprüft wird ein gedeckelter Ausschnitt, damit der Lauf Ihren Server nicht belastet. Über nicht geprüfte Einbindungen sagt dieser Bericht nichts.

IN ORDNUNG

Doctype auf allen Seiten gesetzt

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) steht der Doctype am Anfang des Quelltexts — die Zeile, die die Seite als heutiges HTML ausweist.

Warum das zählt: Browser stellen die Seiten damit im heutigen Modus dar, nicht im veralteten.

WARNUNG

Meta-Refresh: veraltete Weiterleitung im Seitenkopf (2 Seiten)

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) steht eine Weiterleitung als Angabe im Seitenkopf statt als Anweisung des Servers.

Warum das zählt: Suchmaschinen werten diese Form unzuverlässig aus; welche der beiden Adressen in den Index kommt, bleibt offen.

Zu tun: Die Weiterleitung stattdessen vom Server einrichten (dauerhaft, Status 301).

IN ORDNUNG

E-Mail-Adressen sind sparsam im Quelltext hinterlegt

Auf keiner Seite stehen mehr als vier verschiedene E-Mail-Adressen als Verweis.

Warum das zählt: Eine Kontaktadresse soll auffindbar sein. Erst lange Sammellisten machen eine Website für automatisierte Adress-Sammler lohnend.

NICHT GEPRÜFT

Fehlerseite nicht bewertet

Für diese Prüfung lag keine ausgelieferte Fehlerseite vor.

Warum das zählt: Ob eine Fehlerseite Besucher einordnet, ließ sich deshalb nicht feststellen. „Nicht geprüft" ist keine Entwarnung.

IN ORDNUNG

2 Verweise führen auf nicht öffentliche Seiten

2 von 44 geprüften fremden Adressen (5 %) antworten mit dem Code 401 oder 403. Die Seite ist vorhanden, aber nicht frei abrufbar.

Warum das zählt: Das ist kein Mangel. Betroffen sind meist Anmeldeseiten und Kundenbereiche; für angemeldete Besucher führt der Verweis zum Ziel.

Zu tun: Nichts zu tun. Sollte das Ziel öffentlich sein, ist beim Betreiber der fremden Website nachzufragen.

WARNUNG

5 fremde Adressen sind dauerhaft umgezogen

5 von 44 geprüften fremden Adressen (11 %) antworten mit einer dauerhaften Weiterleitung (Code 301 oder 308). Die verlinkten Adressen sind damit veraltet.

Warum das zählt: Die Ziele sind weiterhin erreichbar; ein Fehler ist das nicht. Jede Weiterleitung kostet aber einen zusätzlichen Abruf, und der fremde Betreiber kann sie jederzeit abschalten.

Zu tun: Die Verweise auf die jeweils genannte Zieladresse setzen; die Liste steht unten. Redaktionelle Arbeit, wenige Sekunden je Verweis.

Betroffen: lieferant.example/katalog (zeigt jetzt auf lieferant.example/produkte/katalog) (+4 weitere)

IN ORDNUNG

Verweise auf fremde Websites — 44 von 61 Adressen abgerufen

Gefunden wurden 61 verschiedene fremde Adressen auf 23 Servern. Abgerufen wurden davon 44 auf 19 Servern. 15 Adressen blieben wegen der Obergrenzen eines Laufs ungeprüft. 2 Adressen sind in der robots.txt der fremden Website für uns gesperrt.

Warum das zählt: Nicht abgerufene Adressen sind nicht bewertet. Ein dort weggefallenes Ziel bleibt in diesem Bericht unsichtbar; das ist keine Entwarnung.

Zu tun: Auf Ihrer Seite ist dazu nichts zu tun. Die Auswahl richtet sich nach der Adresse und bleibt zwischen den Läufen stabil, solange sich Ihre Verweise nicht ändern.

ZUR EINORDNUNG

Kein MTA-STS: verschlüsselter Empfang ist nicht verbindlich

muster-gmbh.example verlangt von sendenden Servern keine verschlüsselte Verbindung.

Warum das zählt: Nachrichten werden in aller Regel trotzdem verschlüsselt übertragen. Ein Angreifer in der Leitung könnte die Verschlüsselung jedoch abschalten, ohne dass es auffällt.

Zu tun: Diese Absicherung ist optional und lohnt vor allem bei vertraulichem Schriftverkehr. Ihr Mailanbieter kann sie einrichten.

Warum ohne Bewertung: Diese Absicherung ist kein Standard und bei den wenigsten Domains eingerichtet. Als Mangel gewertet träfe sie fast jeden, und die Techniknote verlöre ihre Aussage.

ZUR EINORDNUNG

Ihre Domain ist nur über IPv4 erreichbar

Für muster-gmbh.example ist kein Eintrag der neueren Adressart hinterlegt (AAAA-Eintrag für IPv6).

Warum das zählt: Das schließt heute niemanden aus und senkt die Techniknote nicht. Anschlüsse ohne eigene IPv4-Adresse erreichen Ihre Website über die Übergangstechnik ihres Anbieters.

Zu tun: Ihr Hoster kann die neuere Adressart bereitstellen, sofern sein Netz sie führt. Für den laufenden Betrieb ist das optional; für Ausschreibungen kann es gefordert sein.

Warum ohne Bewertung: Die Erreichbarkeit über das neuere Adressverfahren ist eine Zugabe, kein Erfordernis.

WARNUNG

7 Verstöße gegen den HTML-Standard auf der Startseite

Die Prüfung beim W3C meldet 7 Fehler im Quelltext Ihrer Startseite. Die Liste nennt die ersten Fundstellen mit Zeilenangabe.

Warum das zählt: Browser sind gegenüber fehlerhaftem HTML nachsichtig, reparieren aber jeder auf eigene Weise. Genau dort entstehen Darstellungsfehler, die nur auf manchen Geräten auftreten.

Zu tun: Die Fundstellen der Reihe nach durchgehen; die meisten sind in wenigen Minuten behoben.

Betroffen: Zeile 412 (Attribut „align" ist bei nicht erlaubt), Zeile 588 (Element <ul> darf hier keinen Text enthalten) (+5 weitere)

WARNUNG

9 erreichbare Seiten fehlen in der sitemap.xml

Neun Seiten wurden beim Durchgang gefunden, stehen aber nicht in der Übersicht. Umgekehrt nennt die Übersicht zwölf Adressen, die es nicht mehr gibt.

Warum das zählt: Neue Seiten werden dadurch später gefunden, und veraltete Einträge führen Suchmaschinen auf Fehlerseiten.

Zu tun: Die Übersicht automatisch erzeugen lassen, statt sie zu pflegen. Alle gängigen Redaktionssysteme bieten das an.

IN ORDNUNG

Zeichensatz (charset) auf allen Seiten angegeben

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) ist angegeben, in welcher Zeichenkodierung die Seite verfasst ist.

Warum das zählt: Umlaute und Sonderzeichen werden damit auf jedem Gerät gleich dargestellt.

IN ORDNUNG

Mit JavaScript-Rendering geprüft

Die Seiten wurden wie in einem echten Browser geladen – so werden auch per JavaScript nachgeladene Seiten gefunden.

Warum das zählt: Damit sind auch Inhalte erfasst, die erst durch JavaScript entstehen — und die Schriftgrößen der fertig dargestellten Seite messbar.

Zu tun: Nichts zu tun. Ohne Browser-Darstellung bliebe die Gewichtung der Überschriften ungeprüft.

NICHT GEPRÜFT

Cookie-Einstellungen: /cookie-settings öffnet einen Dialog, keine Seite

Die Adresse liefert Fehler 404. Sie gehört erkennbar zur Einwilligungsverwaltung; solche Verweise öffnen fast immer den Dialog auf der Seite selbst, statt eine eigene Seite zu laden. Der dafür zuständige Klick-Handler steht nicht im Quelltext, sondern wird beim Laden angehängt.

Warum das zählt: Dieser Verweis zählt deshalb nicht als toter Link. Eine Entwarnung ist es trotzdem nicht: Ob der Dialog aufgeht, kann diese Prüfung von außen nicht feststellen — dafür müsste sie klicken. Ist das Banner defekt, sehen Ihre Besucher an dieser Stelle eine Fehlerseite.

Zu tun: Einmal selbst anklicken: Geht der Dialog auf, ist alles in Ordnung. Sauberer wäre eine Schaltfläche statt eines Verweises — <button type="button"> mit aria-haspopup="dialog" —, dann erkennen auch Suchmaschinen und Screenreader den Unterschied.

NICHT GEPRÜFT

Kein DKIM-Schlüssel für Ihre E-Mails auffindbar

Unter den 11 gängigen Bezeichnungen wurde für muster-gmbh.example kein Signaturschlüssel gefunden (Fachbegriff: DKIM).

Warum das zählt: Das ist kein Mangel: Die Bezeichnung ist frei wählbar und lässt sich technisch nicht auflisten. Ihr Schlüssel kann unter einem anderen Namen liegen.

Zu tun: Fragen Sie bei Ihrem Mailanbieter nach, ob eine Signatur eingerichtet ist. Falls nicht, richten Sie eine ein.

Prüfnachweis

Was in diesem Lauf geprüft wurde — eine Zeile je Kriterium. Die Erklärungen zu den beanstandeten Punkten stehen im Teil davor.

Die Tabelle unten führt die 211 Kriterien auf, die dieser Lauf beurteilt hat.

211 Kriterien: 13 kritisch, 102 zu prüfen, 3 nicht geprüft, 27 zur Einordnung, 66 ohne Beanstandung

---

Inhalt & Angaben

Erreichen Ihre Kunden Sie?	KRITISCH
Ist das noch aktuell?	WARNUNG
Ist Ihre Website rechtlich auf dem Stand?	WARNUNG
Sieht Ihre Website gepflegt aus?	WARNUNG
Stimmen Ihre Angaben überall?	WARNUNG
Was ist neu und betrifft Ihre Website?	ZUR EINORDNUNG

Sicherheit

Senden Ihre Formulare die Eingaben Ihrer Besucher an eine unverschlüsselte Adresse?	KRITISCH
Sind interne Dateien wie Konfiguration oder Backups öffentlich abrufbar?	KRITISCH
Treffen mehrere Anzeichen für eine Veränderung von außen zusammen?	KRITISCH
Binden Ihre Seiten JavaScript-Bibliotheken ein, die keine Sicherheitspflege mehr erhalten?	WARNUNG
Erhält die im HTTP-Header genannte PHP-Version noch Sicherheitsaktualisierungen?	WARNUNG
Erhält die PHP-Version, unter der Ihre Website läuft, noch Sicherheitsaktualisierungen?	WARNUNG
Ist für die im Quelltext genannte WordPress-Version eine Sicherheitslücke gemeldet?	WARNUNG
Ist im Quelltext erkennbar, welches System hinter Ihrer Website steht und in welcher Fassung?	WARNUNG
Konnte Ihre Website die Angaben über sich selbst vollständig erheben?	WARNUNG
Liefert Ihr Server das Zertifikat samt zugehöriger Kette vollständig aus?	WARNUNG
Listen Ihre Server-Verzeichnisse ihre Dateien automatisch auf?	WARNUNG
Setzt Ihr Server die üblichen Schutzeinstellungen für den Browser Ihrer Besucher?	WARNUNG
Sind für die Pakete, die Ihre Website mitlädt, Sicherheitslücken gemeldet?	WARNUNG
Stehen auf Ihrer Website Begriffe, die dort nicht hingehören?	WARNUNG
Stehen auf Ihrer Website Verweise, die Besucher nicht sehen können?	WARNUNG
Steht unter Ihrer Domain ein Auftritt, den niemand mehr pflegt?	WARNUNG
Verweisen Ihre Seiten auf Adressen, die mit „http://" beginnen?	WARNUNG
Zeigen Namen Ihrer Website auf Dienste, die sie nicht mehr halten?	WARNUNG
Beantwortet Ihr DNS jeden erfundenen Namen?	ZUR EINORDNUNG
Ist die Zahl erfasster Seiten sprunghaft gestiegen?	ZUR EINORDNUNG
Welche fremden Server sind seit dem letzten Lauf hinzugekommen?	ZUR EINORDNUNG
Welche weiteren Namen unter Ihrer Domain sind bereits abgesichert?	ZUR EINORDNUNG
Akzeptiert Ihr Server noch die veralteten TLS-Versionen 1.0 und 1.1?	IN ORDNUNG
Deckt Ihr Zertifikat alle Adressschreibweisen Ihrer Website ab?	IN ORDNUNG
Enthält Ihre Website unlesbar gemachten Programmcode?	IN ORDNUNG

Erhält die im Quelltext genannte Version Ihres Systems noch Sicherheitsaktualisierungen?	IN ORDNUNG
Führt Google Ihre Website in seiner Warnliste?	IN ORDNUNG
Ist das Sicherheitszertifikat Ihrer Website gültig, und läuft es nicht demnächst ab?	IN ORDNUNG
Ist Ihre Website verschlüsselt erreichbar, und werden unverschlüsselte Aufrufe dorthin weitergeleitet?	IN ORDNUNG
Lädt Ihre verschlüsselte Seite einzelne Bestandteile noch über eine unverschlüsselte Adresse?	IN ORDNUNG
Läuft Ihr Sicherheitszertifikat nicht länger, als Browser erlauben?	IN ORDNUNG
Welche Grenzen hat die Prüfung der Verschlüsselungskonfiguration?	IN ORDNUNG
Welche Hostnamen wurden auf verwaiste Verweise geprüft?	IN ORDNUNG
Welche Module sind installiert, und für welche davon gibt es überhaupt eine öffentliche Quelle?	IN ORDNUNG
Welche Pakete aus Composer und npm laufen auf Ihrer Website mit?	IN ORDNUNG
Welches Redaktionssystem läuft auf Ihrer Website, und wird dessen Version noch gepflegt?	IN ORDNUNG
Wie weit reicht die Suche nach exponierten Dateien?	IN ORDNUNG
Wie weit reichte die Suche nach vergessenen Subdomains?	IN ORDNUNG
Worauf beruhen die Angaben aus der Prüfdatei Ihrer Website?	IN ORDNUNG
Worauf beruht der Abgleich mit gemeldeten Sicherheitslücken?	IN ORDNUNG
Worauf wurde die Website hin durchgesehen?	IN ORDNUNG

Tempo & Ladezeit

Lädt Ihre Seite ein Video herunter, bevor jemand darauf drückt?	KRITISCH
Binden Ihre Seiten eingebettete Inhalte in Maßen ein?	WARNUNG
Braucht Ihre Seite unverhältnismäßig viel Quelltext für wenig sichtbaren Inhalt?	WARNUNG
Gibt es Unterseiten, bei denen Ihr Server ungewöhnlich lange bis zur Antwort braucht?	WARNUNG
Gibt es Unterseiten, deren Quelltext ungewöhnlich groß ist?	WARNUNG
Ist bei Ihren Bildern hinterlegt, wie viel Platz sie einnehmen?	WARNUNG
Ist Ihr Seitenquelltext in überschaubaren Teilen aufgebaut?	WARNUNG
Laden Bilder außerhalb des ersten Bildschirms erst beim Scrollen?	WARNUNG
Liefert Ihr Server Textdateien komprimiert aus?	WARNUNG
Reagiert Ihre Seite während des Ladens auf Klicks und Eingaben?	WARNUNG
Reagiert Ihre Website zügig, wenn ein Besucher etwas anklickt?	WARNUNG
Sind auch die wichtigsten Unterseiten so schnell wie die Startseite?	WARNUNG
Sind die Bilder Ihrer Startseite für das Web verkleinert?	WARNUNG
Sorgen Sie dafür, dass Besucher bereits geladene Dateien wieder verwenden können?	WARNUNG
Stehen auf Ihren Seiten Absätze und Überschriften ohne jeden Inhalt?	WARNUNG
Wie lange dauert es, bis das größte sichtbare Element Ihrer Seite erscheint?	WARNUNG
Wie schnell lädt Ihre Startseite auf einem Handy im Mobilfunknetz?	WARNUNG
Wie viele Daten überträgt Ihre Startseite beim ersten Aufruf?	WARNUNG
Liegen Ihre Bilder in einem sparsamen Dateiformat vor?	ZUR EINORDNUNG
Nennt die Tempo-Messung konkrete Ansätze zur Verbesserung?	ZUR EINORDNUNG
Welches Element Ihrer Seite lässt am längsten auf sich warten?	ZUR EINORDNUNG
Wie viele Dateien müssen geladen sein, bevor überhaupt etwas erscheint?	ZUR EINORDNUNG
Ist Ihre Website insgesamt schnell, oder nur die Startseite?	IN ORDNUNG

Konnte die Tempo-Messung von Google für diesen Lauf überhaupt abgerufen werden?	IN ORDNUNG
Springt das Layout beim Laden, sodass Besucher danebentippen?	IN ORDNUNG
Wie viele Videos standen im Quelltext, und wie viele konnten gemessen werden?	IN ORDNUNG

Auffindbarkeit bei Google

Ist eine Adresse verschwunden, die es beim letzten Lauf noch gab?	KRITISCH
Unterstützt die Gestaltung die Gliederung? Ist die H1 nicht kleiner als die H2?	KRITISCH
Verweist die als maßgeblich hinterlegte Adresse einer Seite auf eine Adresse, die es nicht gibt?	KRITISCH
Beginnt die Gliederung Ihrer Seiten mit der Hauptüberschrift?	WARNUNG
Benennt eine Ihrer Seiten eine fremde Domain als maßgebliche Adresse?	WARNUNG
Erscheint beim Teilen eines Links ein Titel mit Vorschaubild?	WARNUNG
Gibt es Seiten mit so wenig Text, dass sie kaum eine Frage beantworten?	WARNUNG
Haben Ihre Bilder eine Textalternative für Menschen, die sie nicht sehen können?	WARNUNG
Hat Ihre Startseite einen Beschreibungstext in der empfohlenen Länge?	WARNUNG
Nennt Ihr maschinenlesbarer Unternehmenseintrag Anschrift und Telefonnummer?	WARNUNG
Sind Angaben wie Anschrift und Öffnungszeiten maschinenlesbar hinterlegt?	WARNUNG
Sind die ausgezeichneten Öffnungszeiten auf Ihrer Website überall gleich?	WARNUNG
Sind Ihre maschinenlesbaren Angaben fehlerfrei geschrieben?	WARNUNG
Sind Ihre Seiten untereinander so verlinkt, dass man sie findet?	WARNUNG
Sind Seitentitel so lang, dass Google sie im Suchergebnis abschneidet?	WARNUNG
Sind Sterne-Bewertungen ausgezeichnet, die Google gar nicht anzeigt?	WARNUNG
Steht auf allen Ihren Seiten dieselbe Anschrift?	WARNUNG
Steht auf allen Ihren Seiten dieselbe Telefonnummer?	WARNUNG
Steht auf Ihrer Website die Anschrift, die Sie als richtig hinterlegt haben?	WARNUNG
Steht auf Ihrer Website die Telefonnummer, die Sie als richtig hinterlegt haben?	WARNUNG
Steht auf Ihrer Website noch Blindtext aus der Bauphase?	WARNUNG
Steht in Ihrem Google-Unternehmensprofil die Telefonnummer, die Sie hinterlegt haben?	WARNUNG
Stimmen die Öffnungszeiten auf Ihrer Website mit den hinterlegten überein?	WARNUNG
Stimmt die für Suchmaschinen ausgezeichnete Anschrift mit der sichtbaren überein?	WARNUNG
Stimmt die für Suchmaschinen ausgezeichnete Telefonnummer mit der sichtbaren überein?	WARNUNG
Tragen mehrere Ihrer Seiten denselben Text?	WARNUNG
Trägt jede Seite genau eine Hauptüberschrift?	WARNUNG
Verweisen mehrsprachige Fassungen Ihrer Website korrekt aufeinander?	WARNUNG
Verweist eine Seite als maßgeblich auf eine Adresse, die von der Suche ausgeschlossen ist?	WARNUNG
Welche Ihrer Seiten verlieren Zugriffe aus der Google-Suche?	WARNUNG
Wie viele Seiten Ihrer Website sind über interne Links erreichbar?	WARNUNG
Zeichnet Ihre Website den Firmennamen aus, den Sie als richtig hinterlegt haben?	WARNUNG
Zeigt die maßgebliche Adresse einer Seite auf eine Adresse, die selbst weiterleitet?	WARNUNG
Ist hinterlegt, welche Adresse für Ihre Startseite die maßgebliche ist?	ZUR EINORDNUNG
Sagen Ihre Sitemap und Ihr Server dasselbe über das Änderungsdatum einer Seite?	ZUR EINORDNUNG
Tragen Ihre Bilddateien erkennbare Namen statt Kamera-Kürzel?	ZUR EINORDNUNG
Tragen Ihre Seiten eine maschinenlesbare Angabe zum letzten Änderungsdatum?	ZUR EINORDNUNG
Welche früheren Adressen sind erreichbar, aber nicht mehr verlinkt?	ZUR EINORDNUNG

Welche Ihrer Seiten gewinnen Zugriffe aus der Google-Suche?	ZUR EINORDNUNG
Wie anspruchsvoll liest sich der Text Ihrer Startseite?	ZUR EINORDNUNG
Auf welche Grundlage beruht die Auswertung der Bilder?	IN ORDNUNG
Auf welche Grundlage beruht die Auswertung der Suchanfragen?	IN ORDNUNG
Auf welche Grundlage beruht die Frische-Prüfung?	IN ORDNUNG
Bei welchen Suchanfragen steht Ihre Website bereits vorne?	IN ORDNUNG
Bei welchen Suchanfragen wird Ihre Website oft gezeigt, aber selten angeklickt?	IN ORDNUNG
Darf Ihre Startseite laut ihrem eigenen Quelltext in der Google-Suche erscheinen?	IN ORDNUNG
Führen frühere Adressen weiterhin ans Ziel?	IN ORDNUNG
Führt der Link „Website" in Ihrem Google-Unternehmensprofil auf Ihre Website?	IN ORDNUNG
Führt Google Ihren Betrieb als geöffnet?	IN ORDNUNG
Für welche häufigen Suchanfragen erscheint Ihre Website nur auf den hinteren Ergebnisseiten?	IN ORDNUNG
Hat Google Angaben in Ihrem Profil selbst geändert?	IN ORDNUNG
Hat Ihre Startseite einen Seitentitel in der empfohlenen Länge?	IN ORDNUNG
Konnten wir Ihr Google-Unternehmensprofil abrufen?	IN ORDNUNG
Steht in Ihrem Google-Unternehmensprofil die Anschrift, die Sie hinterlegt haben?	IN ORDNUNG
Stimmen die Öffnungszeiten in Ihrem Google-Unternehmensprofil mit den hinterlegten überein?	IN ORDNUNG
Trägt Ihr Google-Unternehmensprofil den Firmennamen, den Sie hinterlegt haben?	IN ORDNUNG
Wie oft wird Ihre Website bei Google eingeblendet und angeklickt?	IN ORDNUNG
Wie viele Ihrer Seiten tragen eine maßgebliche Adresse, und wie viele Ziele konnten eingeordnet werden?	IN ORDNUNG
Wie weit reichte der Abgleich mit dem vorigen Bestand?	IN ORDNUNG

Rechtliches & Datenschutz

Sind Impressum und Datenschutzerklärung von der Startseite aus verlinkt?	KRITISCH
Binden Sie Videos oder Karten ein, die schon beim Seitenaufruf Daten übertragen?	WARNUNG
Ist ein Cookie-Banner vorhanden, wenn Ihre Website zustimmungspflichtige Dienste einbindet?	WARNUNG
Laden auch auf Ihren Unterseiten Dienste fremder Anbieter?	WARNUNG
Schützt ein Captcha eines fremden Anbieters Ihre Formulare?	WARNUNG
Setzt Ihr Server Cookies, bevor Besucher zustimmen konnten?	WARNUNG
Sind Impressum und Datenschutzerklärung in höchstens zwei Klicks erreichbar?	WARNUNG
Verweist Ihr Impressum noch auf die abgeschaltete EU-Streitbeilegungsplattform?	WARNUNG
Verweist Ihre Website noch auf die Adresse der Entwicklungsumgebung?	WARNUNG
Verwenden Sie Werbebegriffe, für die besondere Anforderungen gelten?	WARNUNG
Werden Schriftarten von einem fremden Server geladen, bevor jemand zugestimmt hat?	WARNUNG
Wird das Verhalten Ihrer Besucher ausgewertet, bevor jemand zugestimmt hat?	WARNUNG
Aus welchem Land und von welchem Betreiber wird Ihre Website ausgeliefert?	ZUR EINORDNUNG
Senden Formulare Ihrer Website an einen fremden Empfänger?	ZUR EINORDNUNG
Von welchen fremden Servern holt Ihre Website eingebundene Dateien?	ZUR EINORDNUNG
Worauf beruht die Angabe zur Herkunft Ihres Servers?	ZUR EINORDNUNG
Beruft sich Ihre Datenschutzerklärung auf ein Abkommen, das es nicht mehr gibt?	IN ORDNUNG

Barrierefreiheit

Benennen Ihre Linktexte das Ziel, oder steht dort nur „mehr"?	WARNUNG
Folgen die Überschriftenebenen Ihrer Seiten lückenlos aufeinander?	WARNUNG
Folgt die Bedienung per Tastatur der sichtbaren Reihenfolge Ihrer Seite?	WARNUNG
Haben verlinkte Bilder wie Ihr Logo eine Textalternative, die das Ziel benennt?	WARNUNG
Lässt sich Ihre Seite auf dem Telefon mit zwei Fingern vergrößern?	WARNUNG
Sind die Kennungen im Quelltext Ihrer Seiten eindeutig vergeben?	WARNUNG
Sind die Kopfzellen Ihrer Tabellen als Kopfzellen ausgezeichnet?	WARNUNG
Tragen die Eingabefelder Ihrer Formulare eine verknüpfte Beschriftung?	WARNUNG
Tragen eingebettete Inhalte wie Karten oder Videos eine Bezeichnung?	WARNUNG
Welche Merkmale der Barrierefreiheit lassen sich hier automatisiert prüfen, und welche nicht?	IN ORDNUNG

Technik & Erreichbarkeit

Funktioniert Ihre Website auch, wenn an die Adresse ein Zusatz angehängt wird?	KRITISCH
Geht Ihr Kontaktformular noch an eine Adresse, die es gibt?	KRITISCH
Sind die Bilder, Skripte und Formatvorlagen Ihrer Seiten wirklich vorhanden?	KRITISCH
Sind Seiten von der Google-Suche ausgeschlossen, die dort erscheinen sollten?	KRITISCH
Antwortet Ihre Website unter der Adresse, die im Projekt steht?	WARNUNG
Entspricht der Quelltext Ihrer Startseite dem HTML-Standard?	WARNUNG
Führen alle Links auf Ihrer Website zu einer existierenden Seite?	WARNUNG
Führen Ihre Verweise auf fremde Websites noch zu einer vorhandenen Seite?	WARNUNG
Ist festgelegt, wer in Ihrem Namen E-Mails versenden darf?	WARNUNG
Kommt eine Nachricht aus Ihrem Kontaktformular wirklich an?	WARNUNG
Leiten Adressen über mehrere Zwischenstationen weiter oder sogar im Kreis?	WARNUNG
Leiten einzelne Seiten über eine veraltete Angabe im Seitenkopf weiter?	WARNUNG
Leitet Ihre Projektadresse auf eine andere Domain?	WARNUNG
Meldet Ihre Website eine Adresse, die es nicht gibt, auch als Fehler?	WARNUNG
Sind die Adressen in Ihrem Adressliste für Suchmaschinen erreichbar und für die Suche freigegeben?	WARNUNG
Sind die fremden Websites, auf die Sie verweisen, überhaupt noch erreichbar?	WARNUNG
Sind die von Ihnen verlinkten fremden Adressen noch aktuell oder dauerhaft umgezogen?	WARNUNG
Stimmt Ihr Adressliste für Suchmaschinen mit den tatsächlich erreichbaren Seiten überein?	WARNUNG
Werden eingebundene Dateien über Umwege geladen?	WARNUNG
Zeigen Ihre internen Links direkt auf das Ziel oder auf eine Weiterleitung?	WARNUNG
Hilft Ihre Fehlerseite Besuchern weiter, statt nur leer zu bleiben?	NICHT GEPRÜFT
Öffnet ein Verweis den Cookie-Dialog, statt eine Seite zu laden?	NICHT GEPRÜFT
Werden Ihre Nachrichten digital unterschrieben?	NICHT GEPRÜFT
Darf der Server Ihrer Website im Namen Ihrer Domain E-Mails versenden?	ZUR EINORDNUNG
Haben Sie eine Auskunft für KI-Systeme hinterlegt (llms.txt)?	ZUR EINORDNUNG
Hat sich die Serveradresse Ihrer Website, Ihres Postfachs oder Ihrer Domainverwaltung geändert?	ZUR EINORDNUNG
Ist geregelt, was mit gefälschten Nachrichten in Ihrem Namen geschehen soll?	ZUR EINORDNUNG
Ist Ihre Domain auch über die neuere Adressart erreichbar?	ZUR EINORDNUNG
Verlangt Ihre Domain von sendenden Servern eine verschlüsselte Verbindung?	ZUR EINORDNUNG

Welche Programme von KI-Anbietern dürfen Ihre Inhalte abrufen, und welche sind ausgeschlossen?	ZUR EINORDNUNG
Erlaubt die Datei robots.txt Ihrer Website Suchmaschinen und dieser Prüfung den Zugriff?	IN ORDNUNG
Geben sich Ihre Seiten am Anfang des Quelltexts als heutiges HTML zu erkennen?	IN ORDNUNG
Gibt es ein Adressliste für Suchmaschinen, das Suchmaschinen Ihre Seiten nennt?	IN ORDNUNG
Hat Ihre Website ein eigenes Symbol für Browser-Tab und Lesezeichen?	IN ORDNUNG
Ist angegeben, in welcher Zeichenkodierung Ihre Seiten verfasst sind?	IN ORDNUNG
Ist für Ihre Domain überhaupt ein Postfach erreichbar?	IN ORDNUNG
Ist Ihre Seite so eingestellt, dass sie auf einem Handy lesbar dargestellt wird?	IN ORDNUNG
Ist Ihre Website unter genau einer Adresse erreichbar, mit oder ohne „www"?	IN ORDNUNG
Ist im Seitenkopf hinterlegt, in welcher Sprache Ihre Seiten verfasst sind?	IN ORDNUNG
Kann die Empfängeradresse eines Formulars überhaupt Nachrichten annehmen?	IN ORDNUNG
Stehen die E-Mail-Adressen Ihrer Website offen im Quelltext?	IN ORDNUNG
Steht unter Ihrer Adresse noch Ihre Website, oder schon eine Platzhalterseite?	IN ORDNUNG
Verweisen Sie auf fremde Seiten, die nur nach einer Anmeldung erreichbar sind?	IN ORDNUNG
Verweist Ihre Domain auf eine Serveradresse, und gilt das auch für die Schreibweise mit „www."?	IN ORDNUNG
Was deckt die Formularprüfung ab, und was nicht?	IN ORDNUNG
Was deckt die Prüfung der Namensauflösung ab, und was nicht?	IN ORDNUNG
Wie viele eingebundene Dateien wurden tatsächlich abgerufen?	IN ORDNUNG
Wie viele Ihrer Verweise auf fremde Websites wurden in diesem Lauf abgerufen?	IN ORDNUNG
Wie viele Seiten Ihrer Website konnte dieser Prüflauf durchsehen?	IN ORDNUNG
Wird Ihre Domain von mehr als einem Nameserver beantwortet?	IN ORDNUNG
Worauf beruht der Verlauf der Namensauflösung?	IN ORDNUNG
Wurden Ihre Seiten wie in einem echten Browser samt JavaScript geladen?	IN ORDNUNG