



WEBSITE-ANALYSE · KLARBlick PLUS

Klarblick Report

Anna Bauer · <https://beispiel-kmu.ch>

KUNDE

Anna Bauer

DATUM

11. Juni 2026

WEBSITE

<https://beispiel-kmu.ch>

VARIANTE

Klarblick Plus

79_{/100}

WEBSITE-SCORE

*«Gut — grösstes konkretes
Problem ist das fehlende Google
Business Profile für Beispiel
KMU Zürich.»*

SO LIEST DU DIESEN REPORT

Lesehilfe & Methodik

Geprüft wurde die Website <https://beispiel-kmu.ch> für Anna Bauer im Rahmen der Variante Klarblick Plus. Die Analyse umfasst einen Crawl der Startseite und der relevanten Unterseiten, die von dir bereitgestellten Lighthouse-Werte für Desktop und Mobile sowie deine manuellen Antworten zu Sichtprüfung, Formular-Test und Google-Recherche. Bewertet werden 8 Bereiche mit gewichteten Punkten (insgesamt 100). Jeder Befund verweist auf einen konkreten Check und nennt eine konkrete Massnahme.

WAS BEDEUTET DER SCORE?

<p>85–100 Sehr gut Lead-bereit, kaum Handlungsbedarf.</p>	<p>70–84 Gut Solide Basis, einzelne klare Hebel.</p>	<p>50–69 Ausbaufähig Mehrere relevante Lücken.</p>	<p>30–49 Schwach Strukturelle Probleme, dringender Handlungsbedarf.</p>	<p>0–29 Kritisch Grundlegende Mängel, sofortiges Handeln nötig.</p>
---	--	--	---	---

WAS BEDEUTEN DIE PRIORITÄTSSTUFEN?

<p>KRITISCH Blockiert Anfragen, Vertrauen, Indexierung oder rechtliche Sicherheit. Sofort beheben.</p>	<p>HOCH Reduziert Conversion, lokale Sichtbarkeit oder Usability klar. Baldmöglichst angehen.</p>	<p>MITTEL Schwächt Qualität, SEO oder Führung messbar. Im nächsten Review beheben.</p>
--	---	--

WAS WURDE GEPRÜFT?

- Website-Crawl: Startseite und relevante Unterseiten
- Lighthouse Desktop: Performance, SEO, Best Practices
- Manuelle Sichtprüfung: Above-the-fold, CTA, Cookie-Overlays
- Manuelle Google-Recherche: Indexierung, Business Profile
- HTML-Quelltext: Titles, H-Tags, Meta, Schema, Links
- Lighthouse Mobile: Performance, Core Web Vitals
- Manuelle Formular- und Mobile-Tests
- 8 Bewertungsbereiche, gewichtete Punkte (Total: 100)

GRÖSSTE HEBEL

Top 3 Massnahmen

<p>01 · PRIORITÄT</p> <p>Google Business Profile für Beispiel KMU anlegen oder vervollständigen</p> <p>Check 8.7 ist kritisch nicht erfüllt und lokale Sichtbarkeit fehlt</p> <hr/> <p>AUFWAND: MITTEL</p>	<p>02 · PRIORITÄT</p> <p>HubSpot-Formular technisch prüfbar als Formularstruktur absichern oder Formular-HTML bereitstellen</p> <p>Checks 2.2, 2.6 und 2.7 konnten als CRAWL-Anforderungen nicht erfüllt werden</p> <hr/> <p>AUFWAND: MITTEL</p>	<p>03 · PRIORITÄT</p> <p>Mobile FCP und LCP optimieren</p> <p>Checks 5.3 und 5.4 liegen mit 2,6 s über den Grenzwerten</p> <hr/> <p>AUFWAND: MITTEL</p>
--	--	---

1 · ERSTEINDRUCK & CONVERSION

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
HOCH	1.9 Lighthouse meldet ein Kontrastproblem: „Das Kontrastverhältnis von Hintergrund- und Vordergrundfarben ist nicht ausreichend.“	Lighthouse Accessibility, Startseite https://beispiel-kmu.ch	Farbkontraste der betroffenen Text-/Hintergrund-Kombinationen so anpassen, dass Lighthouse kein Kontrastproblem mehr meldet.

2 · ANFRAGEFÄHIGKEIT

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
KRITISCH	2.2 Ein konkretes HTML-Formular mit <form>-Tag wurde im CRAWL nicht belegt; sichtbar ist nur das HubSpot-Embed-Script.	<script src="https://js-eu1.hsforms.net/forms/embed/XXXXXXX.js" defer></script>	Formular so einbinden, dass ein prüfbares <form>-Element im DOM/Quelltext vorhanden ist, oder den Formular-HTML-Abschnitt für die Prüfung bereitstellen.
HOCH	2.4 Die Telefonnummer ist sichtbar, aber kein tel:-Link wurde im CRAWL belegt.	+41 79 XXX XX XX auf Startseite/Footer	Telefonnummer als klickbaren Link mit href="tel:+41 79 XXX XX XX" auszeichnen.
MITTEL	2.6 Die Feldanzahl des Kontaktformulars konnte nicht aus einem konkreten Formular-Tag belegt werden.	Formularbereich / HubSpot-Embed	Formularfelder im HTML prüfbar machen oder Formular-HTML bereitstellen; maximal 6 Felder verwenden.
MITTEL	2.7 Ein required-Attribut für Name oder E-Mail wurde nicht aus einem konkreten Formular-Tag belegt.	Formularbereich / HubSpot-Embed	Mindestens das Name- oder E-Mail-Feld mit required auszeichnen.

3 · VERTRAUEN

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
KRITISCH	3.1 Es ist keine namentlich oder visuell zuordenbare Kundenstimme, kein Testimonial und keine Bewertung vorhanden.	Startseite https://beispiel-kmu.ch	Eine echte Kundenstimme mit Name, Firma oder Foto ergänzen.
HOCH	3.2 Es ist kein Kundenlogo, kein Fallbeispiel und keine benannte Referenz vorhanden.	Startseite https://beispiel-kmu.ch	Mindestens eine benannte Referenz, ein Kundenlogo oder ein konkretes Fallbeispiel ergänzen.

4 · LEISTUNGEN & ANGEBOT

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
MITTEL	4.6 Es ist kein Schema-Markup vom Typ Service, Product oder FAQPage belegt; im bereitgestellten HTML-Head ist nur LocalBusiness belegt.	"@type": "LocalBusiness"	Zusätzlich ein Service-, Product- oder FAQPage-Schema für Klarblick, Setup oder FAQ ergänzen.

5 · MOBILE-NUTZUNG

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
KRITISCH	5.3 Mobile LCP liegt mit 2,6 s über dem Grenzwert von 2,5 s.	Lighthouse Mobile, https://beispiel-kmu.ch	Largest-Contentful-Paint-Element auf Mobile optimieren, bis LCP \leq 2,5 s erreicht.
HOCH	5.4 Mobile FCP liegt mit 2,6 s über dem Grenzwert von 1,8 s.	Lighthouse Mobile, https://beispiel-kmu.ch	Render-blockierende Ressourcen und initiale Auslieferung optimieren, bis FCP \leq 1,8 s erreicht.

6 · PERFORMANCE

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
HOCH	6.6 Desktop Lighthouse meldet render-blockierende Ressourcen mit 440 ms geschätzter Einsparung.	Lighthouse Desktop, https://beispiel-kmu.ch	Render-blockierende CSS-/JS-Ressourcen reduzieren oder verzögert laden, bis die Einsparung \leq 300 ms liegt.
HOCH	6.7 Mobile Lighthouse meldet render-blockierende Ressourcen mit 1.830 ms geschätzter Einsparung.	Lighthouse Mobile, https://beispiel-kmu.ch	Kritische mobile Ressourcen priorisieren und nicht-kritische Ressourcen verzögert laden, bis die Einsparung \leq 300 ms liegt.
MITTEL	6.9 Lighthouse meldet Bilder ohne explizite width- und height-Attribute.	Lighthouse Diagnose, https://beispiel-kmu.ch	Für betroffene Bilder feste width- und height-Attribute ergänzen.

7 · SEO & TECHNIK

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
HOCH	7.3 Für die weiteren geprüften Seiten wurde keine Meta Description als HTML-Element belegt.	Geprüfte Unterseiten, z. B. /angebote, /leistungen, /faq, /kontakt	Auf jeder Hauptseite eine eigene <meta name="description" ...> ergänzen.
MITTEL	7.4 Einzigartige Meta Descriptions über alle geprüften Seiten wurden nicht belegt.	Geprüfte Unterseiten	Pro Seite eine individuelle Meta Description hinterlegen.
MITTEL	7.8 Canonical Tags sind nur für die Startseite belegt, nicht für jede geprüfte Seite.	<link rel="canonical" href="https://beispiel-kmu.ch/" />	Auf jeder Hauptseite einen self-canonical Canonical Tag ergänzen.
KRITISCH	7.9 robots.txt enthält mehrere Zeilen mit exakt Disallow: /.	robots.txt, u. a. User-agent: Google-Extended → Disallow: /	Prüfen, ob diese vollständigen Sperren beabsichtigt sind; wenn nicht, gezielt statt pauschal blockieren.
HOCH	7.10 Die Erreichbarkeit von https://beispiel-kmu.ch/sitemap.xml wurde nicht eindeutig bestätigt.	/sitemap.xml	Sitemap unter /sitemap.xml erreichbar machen und im Browser prüfbar halten.
MITTEL	7.12 Nicht-leere alt-Attribute wurden nicht für alle Bilder der geprüften Seiten vollständig belegt.	Bilder der geprüften Seiten	Für jedes relevante Bild ein nicht-leeres alt-Attribut ergänzen bzw. im HTML prüfbar machen.

8 · LOCAL SEO

PRIORITÄT	BEFUND	ORT	MASSNAHME
KRITISCH	8.7 Laut User-Antwort ist kein Google Business Profile mit Karte auffindbar.	Google-Suche Beispiel KMU Zürich	Google Business Profile anlegen oder vervollständigen.
HOCH	8.11 Eine eigene Standort- oder Servicegebiet-Seite wurde nicht belegt.	Geprüfte Seitenstruktur https://beispiel-kmu.ch	Eigene Seite für Standort oder Servicegebiet ergänzen, z. B. für Zürich und Region.

AUSWERTUNG

Score-Übersicht

1. Ersteindruck & Conversion	<div style="width: 92%;"><div style="width: 92%;"></div></div>	23/25	1 nicht erfüllt
2. Anfragefähigkeit	<div style="width: 72%;"><div style="width: 72%;"></div></div>	18/25	4 nicht erfüllt
3. Vertrauen	<div style="width: 75%;"><div style="width: 75%;"></div></div>	15/20	2 nicht erfüllt
4. Leistungen & Angebot	<div style="width: 70%;"><div style="width: 70%;"></div></div>	14/15	1 nicht erfüllt
5. Mobile-Nutzung	<div style="width: 75%;"><div style="width: 75%;"></div></div>	15/20	2 nicht erfüllt
6. Performance	<div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div>	12/15	3 nicht erfüllt
7. SEO & Technik	<div style="width: 65%;"><div style="width: 65%;"></div></div>	13/20	6 nicht erfüllt
8. Local SEO	<div style="width: 83%;"><div style="width: 83%;"></div></div>	15/18	2 nicht erfüllt
GESAMT	<div style="width: 81%;"><div style="width: 81%;"></div></div>	125/160	21 nicht erfüllt

GESAMTFAZIT

Beispiel KMU erreicht mit 79/100 Punkten ein gutes Ergebnis und hat eine klare Basis für Lead-Generierung, insbesondere durch verständliche Angebote, sichtbare Preise, funktionierende mobile CTAs und starke Lighthouse-Grundwerte. Die wichtigsten Schwächen liegen nicht im grundsätzlichen Angebot, sondern in prüfbar technischen Details, lokalen Vertrauenssignalen und Local SEO. Besonders kritisch ist das fehlende Google Business Profile, weil Beispiel KMU klar auf KMUs in Zürich und der Region ausgerichtet ist.

STÄRKEN

- Klarer Page Title und lokale Ausrichtung sind erfüllt (8.1)
- Preise und Pakete sind sichtbar (4.2)
- mobile Navigation und zentrale mobile CTAs funktionieren laut manueller Prüfung (5.M1, 5.B1–5.B5)

KRITISCHE HEBEL

- Google Business Profile fehlt (8.7)
- das Formular ist als CRAWL-Element nicht mit <form>-Tag belegt (2.2)
- Mobile FCP und LCP liegen mit 2,6 s über den Grenzwerten (5.3, 5.4)

EMPFEHLUNG

Zuerst Google Business Profile, Formular-Markup und mobile Initilladezeit korrigieren, danach Testimonials, Referenzen und SEO-Metadaten der Unterseiten ergänzen.

NICHT GETESTET / NICHT PRÜFBAR

Nicht getestet

8.8 / G3

Name und Adresse auf der Website stimmen mit dem Google Business Profile überein

User-Antwort: na, weil laut G2 kein Google Business Profile vorhanden ist.

