

GEO-Ready-Analyse: musterfirma.de

Wie sichtbar ist Ihre Website für Google und für KI-Suchagenten wie ChatGPT, Perplexity und Gemini?

Analyse vom 03.08.2026 · Musterfirma AG

Das Wichtigste in Kürze

Ihre Website macht die Grundlagen richtig — und bleibt trotzdem für KI-Suchen unsichtbar.

Titel, Überschriften und Kurzbeschreibungen sind gepflegt, die Technik ist sauber, Google vergibt für die Suchmaschinen-Grundlagen die volle Punktzahl. Das ist eine bessere Ausgangslage, als wir sie in den meisten Analysen sehen.

Und genau deshalb fällt das Eigentliche umso deutlicher auf: **Für eine Maschine existiert Musterfirma AG als Unternehmen nicht.** Es gibt keine hinterlegten Firmendaten, keine maschinenlesbare Adresse, keine benannte Person, keinen belegten Erfolg. Wer ChatGPT nach einem Anbieter für Prozesslösungen in ihrer Region fragt, bekommt keine Antwort, die auf Sie zeigt — nicht weil Ihre Seite schlecht wäre, sondern weil ihr die Visitenkarte fehlt, die Maschinen lesen.

Dazu kommt: Auf dem Smartphone dauert es **7,1 Sekunden**, bis der Hauptinhalt erscheint. Und die Frage, die jeder KI-Assistent zuerst stellt — *was tut dieses Unternehmen, für wen, mit welchem Nutzen?* — beantwortet Ihre Startseite nicht in den ersten Sätzen, sondern mit einem Werbeversprechen.

Die Messwerte auf einen Blick

73

Ladezeit Smartphone

95

Ladezeit Desktop

100

SEO-Grundlagen

97

Barrierefreiheit

0

Maschinenlesbare
Firmendaten

Modul 1 — Technik: Kann eine Maschine Ihre Seite lesen?

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Ladezeit Smartphone	Google misst 7,1 Sekunden , bis der Hauptinhalt auf dem Smartphone sichtbar ist (Richtwert: unter 2,5 s). Die meisten Besucher springen lange vorher ab — und langsame Seiten werden von Google und KI-Crawlern seltener besucht. Google benennt die Ursachen konkret: Bilder mit 590 KB Einsparpotenzial und Anfragen, die den Seitenaufbau um 1.290 Millisekunden blockieren.	HANDLUNGSBEDARF
Erfahrung echter Besucher	Google wertet auch die Messwerte tatsächlicher Nutzer der letzten 28 Tage aus. Ergebnis: nicht bestanden . Ladezeit 3,0 s, erste Inhalte nach 2,9 s, Serverantwort 1,6 s — alle drei im gelben Bereich. Diese Werte fließen direkt in Ihr Google-Ranking ein.	HANDLUNGSBEDARF
Cookie-Banner überlagert die Seite	In Googles Ladeaufnahme ist über den gesamten Seitenaufbau fast ausschließlich Ihr Datenschutz-Hinweis zu sehen. Das heißt: Was Google als „Hauptinhalt“ misst, ist Ihr Cookie-Banner — nicht Ihr Angebot. Das ist einer der Hauptgründe für die 7,1 Sekunden.	HANDLUNGSBEDARF
Ladezeit Desktop	Am Rechner ist alles im grünen Bereich (95/100). Das Problem betrifft ausschließlich mobile Geräte — und dort liegt heute der Großteil der Erstkontakte.	GUT
Lesbarkeit ohne JavaScript	Ihre Inhalte stehen direkt im Quelltext und sind damit auch für einfache KI-Crawler lesbar, die keine Programme ausführen. Eine echte Stärke — viele moderne Websites scheitern genau hier.	GUT
Zugang für KI-Crawler	Ihre Website sperrt keinen der gängigen KI-Dienste aus (ChatGPT, Claude, Perplexity, Google-KI). Ihre Inhalte dürfen in KI-Antworten zitiert werden — die Tür steht offen.	GUT
Indexierbarkeit	Die Seite ist für Suchmaschinen freigegeben, ein gültiges Inhaltsverzeichnis (Sitemap) ist vorhanden und erreichbar, Canonical-Tags gegen Doppelungen sind gesetzt. Sauber gemacht.	GUT

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Hauptüberschriften (H1)	Jede geprüfte Seite hat eine eindeutige Hauptüberschrift. Das ist keine Selbstverständlichkeit und spricht für ein sauber gepflegtes System.	GUT

Modul 2 — Maschinenlesbare Unternehmensdaten

Strukturierte Daten nach dem Standard Schema.org sind so etwas wie eine maschinenlesbare Visitenkarte: unsichtbare Zusatzinformationen im Quelltext, die Google und KI-Assistenten präzise sagen, wer Sie sind, was Sie anbieten und wie man Sie erreicht. **Dieses Modul ist Ihre größte Lücke — und Ihr größter Hebel.**

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Startseite	Auf Ihrer wichtigsten Seite wurden keinerlei strukturierte Daten gefunden. Für eine Maschine ist sie ein Fließtext ohne Identität — ohne Firmennamen als Entität, ohne Adresse, ohne Angebot.	HANDLUNGSBEDARF
Unternehmen & Standort	Nirgends auf der Website existiert eine maschinenlesbare Auszeichnung als Unternehmen (<i>Organization</i>) oder als Standort (<i>LocalBusiness</i>). Ihre Adresse, Telefonnummer und Rechtsform stehen nur als Text im Fußbereich. Bei Anfragen wie „Anbieter für Betriebsstoffmanagement in Ihrer Region“ verschenkt das die Sichtbarkeit vollständig.	HANDLUNGSBEDARF
FAQ-Auszeichnung	Auf einer Ihrer Leistungsseiten liegt ein technisch sauberes FAQ-Schema — die Fragen und Antworten sind dort maschinenlesbar hinterlegt. Auf allen anderen Leistungsseiten fehlt es. Ihr System kann es also. Es wurde nur einmal gemacht. Das macht den Ausbau erfreulich günstig.	AUSBAUFÄHIG
Vorschau beim Teilen	Auf der Startseite fehlen die sogenannten OpenGraph-Angaben. Wird Ihre Seite in LinkedIn, Teams oder per Messenger geteilt, entsteht keine kontrollierte Vorschau mit Bild und Text — die Plattform rät.	AUSBAUFÄHIG

Modul 3 — Inhalte & Auffindbarkeit

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Seitentitel	Durchgängig gut: thematisch klar, mit Firmenname, gut unterscheidbar („Prozesslösungen ► für effiziente Industrieprozesse Musterfirma“). Eine echte Stärke.	GUT
Kurzbeschreibungen	Die Meta-Descriptions — der Text, der unter Ihrem Google-Treffer erscheint — sind auf allen geprüften Seiten vorhanden und aktiv formuliert. Das machen die wenigsten.	GUT
Antwort zuerst	KI-Assistenten suchen die Antwort in den ersten Sätzen einer Seite. Ihre Startseite beginnt mit einem Satz wie „Mit uns erreichen Sie mehr.“ — ein Versprechen, keine Antwort. Auch die Zwischenüberschriften sind Claims („Leistungsstark. Effizient. Partnerschaftlich.“) statt Aussagen. Wer eine KI fragt, was Ihr Unternehmen tut, findet die Antwort auf Ihrer Startseite nicht in zitierfähiger Form.	HANDLUNGSBEDARF
Frage-Antwort-Inhalte	Nur eine von fünf Hauptseiten hat einen FAQ-Bereich. Frage-Antwort-Paare sind das Format, das KI-Assistenten mit Abstand am häufigsten zitieren — weil sie die Nutzerfrage direkt spiegeln.	AUSBAUFÄHIG

Modul 4 — Vertrauens-Signale

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Ergebniszahlen	Sie nennen mehrere starke Kennzahlen: spürbar geringere Betriebskosten, deutlich weniger Administrationsaufwand, längere Standzeiten, eine hohe Problemlösungsquote und kurze Reaktionszeiten. Das ist genau das Material, aus dem Vertrauen entsteht.	GUT

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Zahlen ohne Beleg	Zu keiner dieser Zahlen wird ein Kunde, ein Zeitraum oder eine Quelle genannt. Für KI-Antworten sind unbelegte Zahlen nicht zitierfähig — Assistenten übernehmen bevorzugt Aussagen, die einer Quelle zugeordnet sind. Hinzu kommt: Bei Werbeaussagen liegt die Nachweispflicht beim Werbenden. Schon ein Zusatz wie „bei einem Kunden aus dem Automotive-Bereich, gemessen über zwölf Monate“ verwandelt eine Behauptung in einen Beleg.	HANDLUNGSBEDARF
Kundenstimmen & Referenzen	Auf der gesamten Website wurde kein einziges Kundenzitat, kein Referenzprojekt und kein Kundenlogo gefunden. Das ist im technischen B2B-Umfeld das am stärksten wirkende Vertrauenssignal — und aktuell Ihre größte inhaltliche Lücke.	HANDLUNGSBEDARF
Menschen im Unternehmen	Es sind keine Ansprechpartner mit Namen oder Foto hinterlegt. Für Maschinen existiert damit kein Mensch in Ihrem Unternehmen — und für Interessenten kein Gesicht, an das sie sich wenden.	AUSBAUFÄHIG
Unternehmens-Kennzahlen	Gründungsjahr, Mitarbeiterzahl, Anzahl betreuter Anlagen oder Standorthistorie werden nirgends genannt. Solche belegbaren Fakten machen aus „einem Anbieter“ eine zitierfähige Größe mit Substanz.	AUSBAUFÄHIG
Zertifikate	Keine Zertifizierungen oder Auszeichnungen gefunden. Branchenübliche Zertifizierungen oder nachgewiesene Fachkompetenzen wären starke, leicht belegbare Signale.	AUSBAUFÄHIG

Modul 5 — Bereitschaft für KI-Agenten

Zusätzlich haben wir Ihre Seite gegen die neuen Standards geprüft, an denen sich autonome KI-Agenten orientieren. Ergebnis: **21 von 100 Punkten, Stufe 1 („Basic Web Presence“)**.

Diese Zahl braucht Einordnung — sie ist weniger dramatisch, als sie klingt. Ein großer Teil der geprüften Standards betrifft Schnittstellen, Authentifizierung und maschinelle Bezahlvorgänge. Das sind Anforderungen für Anbieter, deren Produkt selbst eine Software-Schnittstelle ist — für ein Unternehmen aus dem B2B-Bereich haben sie heute keine praktische Bedeutung. Wir führen sie hier nicht als Defizit auf.

Drei Punkte daraus sind für Sie relevant — und alle drei sind schnell erledigt: eine *llms.txt* (eine kurze Datei, die KI-Diensten erklärt, worum es auf Ihrer Seite geht), Content-Signals in der *robots.txt* (die Ansage, wofür Ihre Inhalte verwendet werden dürfen), und die Auslieferung Ihrer Texte in einem Format, das Agenten leichter verarbeiten.

Ihre Maßnahmenliste — nach Wirkung sortiert

Aufwand: S = Stunden · M = wenige Tage · L = größeres Projekt. Die Liste funktioniert mit jedem Dienstleister und jedem internen Team.

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Aufwand
1	Schema.org-Grundgerüst anlegen: Unternehmen, Standort, Leistungen	Musterfirma AG wird für Google und KI-Assistenten überhaupt erst als Unternehmen sichtbar	M
2	Mobile Ladezeit beheben: Bilder optimieren, blockierende Anfragen auflösen	Von 7,1 s auf unter 3 s — hält mobile Besucher und verbessert das Ranking	M
3	Cookie-Banner so umbauen, dass er nicht mehr den Hauptinhalt überlagert	Google misst wieder Ihr Angebot statt Ihres Datenschutzhinweises	S–M
4	Antwort-zuerst-Einstiege auf Start- und Leistungsseiten	KI-Assistenten finden die zitierfähige Antwort in den ersten Sätzen	M
5	Ergebniszahlen belegen: Kunde, Branche oder Zeitraum ergänzen	Aus Werbeaussagen werden zitierfähige und rechtssichere Fakten	S–M
6	FAQ-Auszeichnung auf alle Leistungsseiten ausrollen (Vorlage existiert)	Das von KI-Assistenten am häufigsten zitierte Format	M
7	Erste Referenzen, Kundenstimmen und Projektbeispiele aufbauen	Das stärkste fehlende Vertrauenssignal im technischen B2B	L
8	Ansprechpartner mit Namen und Foto, Unternehmenskennzahlen ergänzen	Substanz und Greifbarkeit — für Menschen wie für Maschinen	S–M

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Aufwand
9	OpenGraph-Angaben für kontrollierte Vorschauen beim Teilen	Ihre Seite sieht in LinkedIn und Teams so aus, wie Sie es wollen	S
10	llms.txt und Content-Signals ergänzen	Klare Ansage an KI-Dienste, was erlaubt ist und worum es geht	S

Was zuerst?

Beginnen Sie mit dem Schema.org-Grundgerüst. Es ist der einzige Bereich, in dem heute buchstäblich nichts vorhanden ist — und gleichzeitig der größte Hebel für Ihre Sichtbarkeit in KI-Antworten. Weil Ihre Seite technisch sauber gebaut ist, wirkt diese eine Ergänzung sofort.

Direkt danach gehört die mobile Ladezeit auf den Tisch. 7,1 Sekunden bis zum Hauptinhalt bedeuten, dass ein erheblicher Teil Ihrer Smartphone-Besucher Ihr Angebot nie zu Gesicht bekommt. Die Ursachen — Bilder, blockierende Anfragen und der Cookie-Banner — hat die Messung bereits benannt.

Erst wenn diese beiden Punkte gelöst sind, entfalten Antwort-zuerst-Texte, FAQ-Auszeichnung und Referenzen ihre volle Wirkung.

Unser Angebot an Sie. Diese Analyse ist kostenlos und unverbindlich — Sie können jeden Punkt mit jedem Dienstleister umsetzen. Wenn Sie möchten, gehen wir sie in einem 30-minütigen Gespräch gemeinsam durch und priorisieren sie auf Ihre Ziele. FLOW4 entwickelt Websites nicht nur, wir optimieren sie nach dem Launch laufend für Google und KI-Suchen — mit Technik, Content und Messung aus einer Hand.

Zur Methodik

Geprüft wurden die Startseite sowie vier weitere zentrale Unterseiten (u. a. Leistungs-, Unternehmens- und Kontaktseite) — jeweils im Original-Quelltext, so wie Suchmaschinen und KI-Crawler sie sehen. Performance-Messung: Google PageSpeed Insights (pagespeed.web.dev), 03.08.2026, 08:28 Uhr — mobil: Leistung 73, Hauptinhalt nach 7,1 s, Layout-Stabilität 0,001 · Desktop: Leistung 95 · SEO-Grundlagen 100, Barrierefreiheit 97, Best Practices 100. Felddaten aus dem Chrome-UX-Bericht der letzten 28 Tage: Core Web Vitals nicht bestanden. Agenten-Bereitschaft: isitagentready.com, 03.08.2026, 08:27 Uhr. Jeder Befund in diesem Bericht beruht auf einer konkreten Fundstelle. Fragen zur Analyse beantworten wir gern im Abschlussgespräch.

Ihr Ansprechpartner

KONTAKT

Florian Alcantara

Geschäftsführer

Tel. +49 40 334 423 98

Mobil +49 151 40301897

f.alcantara@flow4.com

www.flow4.com

ANSCHRIFT

FLOW4 UG (haftungsbeschränkt)
& Co. KG
Elbchaussee 200
22605 Hamburg

REGISTER

HRB 128147
USt-IdNr. DE 241844613