

GEO-Ready-Analyse: musterfirma.ch

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

Analyse vom 05.08.2026 · Musterfirma GmbH

Das Wichtigste in Kürze

Ihre Website ist technisch sauber gebaut — trotzdem bleiben über 100 offene Stellen für Suchmaschinen praktisch unsichtbar.

Titel, Kurzbeschreibungen und die Technik sind gepflegt, der Inhalt steht vollständig im Quelltext, und Google vergibt für die SEO-Grundlagen die volle Punktzahl. Das ist eine solide Ausgangslage, wie wir sie nicht bei jeder Analyse sehen.

Und genau deshalb fällt das Eigentliche umso deutlicher auf: **Alle Ihre über 100 aktuell offenen Stellenanzeigen melden Suchmaschinen dieselbe Webadresse als „echte“ Version.** Für Google und für KI-Systeme sehen sie dadurch wie viele Kopien ein und derselben Seite aus, nicht wie eigenständige Angebote — ausgerechnet bei dem Inhalt, der Ihr Kerngeschäft ausmacht.

Dazu kommt: Auf dem Smartphone dauert es **9,2 Sekunden**, bis der Hauptinhalt sichtbar ist. Und die Datei, die Suchmaschinen zur Liste aller Unterseiten führen soll, verweist auf eine Platzhalter-Adresse, die beim Einrichten nie durch die echte ersetzt wurde.

Die Messwerte auf einen Blick

60	82	100	90	2/3
Ladezeit Smartphone	Ladezeit Desktop	SEO-Grundlagen	Barrierefreiheit	Agentisches Browsing

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

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Ladezeit Smartphone	Google misst 9,2 Sekunden , bis der Hauptinhalt (Largest Contentful Paint) auf dem Smartphone sichtbar ist (Richtwert: unter 2,5 s). Die meisten Besucher springen lange vorher ab. Woran es im Detail liegt — Bildgrößen, Serverantwortzeit oder eine Einstellung im CMS — lässt sich von außen nicht abschließend klären.	HANDLUNGSBEDARF

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Ladezeit Desktop	Am Rechner ist die Ladezeit mit 82 von 100 Punkten deutlich besser (Largest Contentful Paint 1,9 s statt 9,2 s). Das Problem betrifft überwiegend mobile Geräte.	GUT
Lesbarkeit ohne JavaScript	Startseite, Stellenübersicht und einzelne Stellenanzeigen stehen vollständig im rohen Quelltext, auch ohne dass ein Programm zusätzlichen Code ausführen muss. Eine echte Stärke — viele moderne Websites scheitern genau hier.	GUT
Zugang für KI-Crawler	Ihre robots.txt-Datei sperrt keinen der gängigen KI-Dienste aus (ChatGPT, Claude, Perplexity, Google-KI) — nur ein einzelner unerwünschter Bot (PetalBot) ist gezielt ausgeschlossen. Ihre Inhalte dürfen grundsätzlich in KI-Antworten zitiert werden.	GUT
Sitemap-Verweis	Die robots.txt verweist auf „https://yourdomain.com/sitemap.xml“ — eine Platzhalter-Adresse, die beim Einrichten offenbar nie ersetzt wurde. Die echte Sitemap existiert und wird korrekt gepflegt, liegt aber unter musterfirma.ch/sitemap_index.xml. Genau dort schaut ein Crawler nicht nach, wenn er sich an robots.txt hält.	HANDLUNGSBEDARF
Canonical-Tags der Stellenanzeigen	Ein Canonical-Tag teilt einer Suchmaschine mit, welche Adresse die „echte“ Version einer Seite ist. Bei den geprüften Stellenanzeigen — inhaltlich komplett unterschiedlich, mit eigener Referenznummer — zeigt der Canonical-Tag jeweils auf dieselbe generische Adresse: musterfirma.ch/job-details-3/. Für eine Suchmaschine sehen dadurch alle offenen Stellen wie Kopien ein und derselben Seite aus.	HANDLUNGSBEDARF
Hauptüberschriften (H1)	Die Startseite enthält zwei H1-Elemente statt einer eindeutigen Hauptüberschrift. Google Lighthouse bestätigt das unabhängig: „Überschriftenelemente sind nicht in einer fortlaufenden absteigenden Reihenfolge angeordnet“.	AUSBAUFÄHIG

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.

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Unternehmensdaten Startseite	Die Startseite liefert einen strukturierten Datensatz mit Angaben zu Organisation, Website und Seitenaufbau. Anders als bei vielen Websites, die wir prüfen, existiert hier bereits ein Grundgerüst.	GUT
Ländercode & Adresse	Im Organisationsdatensatz steht beim Land „Swiss“ statt des international genormten Kürzels „CH“, die Ortsangabe bei Stellenanzeigen vermischt Postleitzahl und Ortsname. Ein automatischer Prüfer wie Googles Rich-Results-Test würde das als formalen Fehler markieren.	AUSBAUFÄHIG
Kontaktangaben im Datensatz	Der Organisationsdatensatz verlinkt nicht auf das LinkedIn-Profil der Firma, obwohl dieses im Seitenfuß steht, und enthält keine Telefonnummer, obwohl diese auf jeder Seite sichtbar ist.	AUSBAUFÄHIG
JobPosting- Auszeichnung	Jede Stellenanzeige liefert einen eigenen „JobPosting“-Datensatz mit Firmenname, Ort, Anstellungsart und Gehaltsangabe — die Grundvoraussetzung, um in Google for Jobs zu erscheinen. Ihr System kann es also.	GUT
Veröffentlichungsdatum im Datensatz	Bei einer geprüften Stelle zeigt die Seite selbst „Publiziert am: 04.08.2026“ — der Datensatz dahinter nennt im Feld datePosted jedoch den 15.12.2019. Google entfernt Stellenanzeigen mit einem so alten datePosted in aller Regel aus der Google-Jobs-Suche. Das Feld validThrough (Ablaufdatum) fehlt zusätzlich komplett.	HANDLUNGSBEDARF
Stellentext im Datensatz	Der sichtbare Stellentext umfasst mehrere hundert Wörter. Im strukturierten Datensatz ist das Feld description dagegen nur 56 Zeichen lang. Ein KI-System, das sich auf strukturierte Daten statt auf den sichtbaren Text verlässt, sieht dadurch praktisch nichts vom eigentlichen Stelleninhalt.	HANDLUNGSBEDARF

Modul 3 — Inhalte & Auffindbarkeit

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Seitentitel Hauptseiten	Startseite, Jobs-Übersicht, „Job-Assessment“ und „Über uns“ tragen durchgängig klare, unterscheidbare Seitentitel mit Firmenname. Eine echte Stärke.	GUT
Seitentitel Stellenanzeigen	Alle offenen Stellenanzeigen tragen denselben Seitentitel („Job details – Musterfirma offene Stellenanzeigen ansehen“) — geprüft an zwei inhaltlich verschiedenen Anzeigen mit identischem Ergebnis. Für Suchmaschinen sind die einzelnen Angebote dadurch kaum zu unterscheiden.	HANDLUNGSBEDARF
Kurzbeschreibungen	Die Meta-Descriptions — der Text unter Ihrem Google-Treffer — sind auf den geprüften Hauptseiten vorhanden und aktiv formuliert, zum Beispiel sinngemäß: „Wir sind ein professionelles Personalvermittlungs-Team aus der Schweiz und helfen Ihnen, passendes Personal zu finden.“	GUT
Antwort zuerst	Ihre Startseite beginnt mit einem Satz wie „Menschen und passende Chancen bringen wir zusammen.“ — Wortspiel statt Antwort. Die Seite „Über uns“ macht es deutlich besser und nennt konkret, was Sie tun: ein mehrköpfiges Team betreut eine größere Zahl an Kundinnen und Kunden im Bereich der Vermittlung von Fach- und Führungskräften. Genau diese Klarheit fehlt auf der Startseite, die für die meisten Besucher und KI-Anfragen der erste Kontakt ist.	AUSBAUFÄHIG
Frage-Antwort-Inhalte	Auf den geprüften Seiten (Startseite, Jobs, Job-Assessment, Über uns) wurde kein FAQ-Bereich gefunden. Frage-Antwort-Paare sind das Format, das KI-Assistenten mit Abstand am häufigsten zitieren, weil sie eine Nutzerfrage direkt spiegeln.	AUSBAUFÄHIG

Modul 4 — Vertrauens-Signale

Prüfpunkt	Befund — verständlich erklärt	Bewertung
Kundenstimmen	Zahlreiche Kundenstimmen mit Name, Position, Firma und wörtlichem Zitat stehen direkt auf der Startseite — im technischen wie im kaufmännischen B2B eines der stärksten Vertrauenssignale, und bei Ihnen reichlich vorhanden.	GUT
Menschen im Unternehmen	Die Seite „Über uns“ nennt mehrere Berater:innen einzeln mit Namen, Foto, Rolle und fachlichem Schwerpunkt. Für Interessenten wie für Maschinen gibt es damit erkennbare Ansprechpersonen statt eines anonymen Unternehmens.	GUT
Unternehmens-Kennzahlen	Eine hohe Weiterempfehlungsquote, eine große Zahl an Bestandskunden, mehrere betreute Branchen sowie das Gründungsjahr sind genannt — konkrete Zahlen sind vorhanden. Zu keiner davon wird allerdings eine Quelle oder ein Erhebungszeitraum genannt; für KI-Antworten sind unbelegte Zahlen weniger zitierfähig als belegte.	AUSBAUFÄHIG
Auszeichnungen & Referenzen Dritter	Eine mehrfache Auszeichnung durch eine Wirtschaftspublikation wird prominent genannt, dazu ein Google-Bewertungs-Widget, ein Kununu-Arbeitgeberprofil und mehrere Kundenlogos bekannter Unternehmen. Keines davon ist zusätzlich als strukturierte Daten (schema.org Review/Award) hinterlegt — eine ungenutzte Chance auf zusätzliche Sichtbarkeit.	AUSBAUFÄHIG
Cookie-Banner auf Englisch	Der Cookie-Hinweis erscheint auf der sonst durchgehend deutschsprachigen Startseite auf Englisch („We use cookies on our website...“). Kein technisches, aber ein Wahrnehmungsproblem, bei einem einzelnen Aufruf beobachtet.	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: **14 von 100 Punkten, Stufe „Level 0 – Not Ready“**.

Diese Zahl braucht Einordnung — sie ist weniger dramatisch, als sie klingt. Der Großteil der 17 geprüften Kriterien betrifft Programmierschnittstellen, Anmeldeverfahren für Software und automatisierte Bezahlvorgänge — eine maschinenlesbare „API-Karte“, OAuth-Anmeldedaten, ein „MCP Server Card“ für KI-Agenten-Programme, Zahlungsprotokolle für automatisierte Einkäufe. Das sind Anforderungen für Anbieter, deren Produkt selbst eine Software-Schnittstelle ist. Für eine Personalvermittlung ohne öffentliche Programmierschnittstelle haben sie heute keine praktische Bedeutung. Wir führen sie hier nicht als Defizit auf.

Drei Punkte daraus sind für Sie relevant. Erstens, bereits bekannt: der falsche Sitemap-Verweis in robots.txt — hier ein drittes Mal unabhängig bestätigt. Zweitens fehlt eine *llms.txt* — eine kurze Datei, die KI-Diensten wie ChatGPT oder Perplexity kompakt erklärt, worum es auf Ihrer Seite geht. Drittens enthält robots.txt keine gezielte Regelung für KI-Crawler wie GPTBot, ClaudeBot oder PerplexityBot — für sie gilt bislang nur die allgemeine Regel, die für alle Bots gilt. Alle drei Punkte sind schnell erledigt.

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	Canonical-Tags der Job-Detailseiten korrigieren (über 100 betroffen)	Google und KI-Systeme sehen einzelne Stellen statt einer Kopie	M–L
2	Sitemap-Verweis in robots.txt korrigieren	Crawler finden die vorhandene, gepflegte Sitemap	S
3	Datumsfelder im JobPosting-Datensatz korrigieren (datePosted, validThrough)	Stellenanzeigen bleiben in der Google-Jobs-Suche auffindbar	M
4	Mobile Ladezeit beheben: Bilder optimieren, Ursachen im CMS prüfen	Von 9,2 s auf unter 4 s — hält mobile Besucher und verbessert das Ranking	M
5	Seitentitel der Stellenanzeigen individualisieren	Jede Stellenanzeige wird in Suchergebnissen unterscheidbar	M
6	Stellentext auch im strukturierten Datensatz vollständig hinterlegen	KI-Systeme sehen den vollständigen Inhalt statt 56 Zeichen	S–M
7	Ergebniszahlen auf „Über uns“ belegen: Zeitraum oder Quelle ergänzen	Aus Werbeaussagen werden zitierfähige Fakten	S

Nr.	Maßnahme	Wirkung	Aufwand
8	FAQ-Bereich auf Start- und Leistungsseiten ergänzen	Das von KI-Assistenten am häufigsten zitierte Format	M
9	Doppelte H1 entfernen, Ländercodes und Adressformat in strukturierten Daten korrigieren	Fehlerfreie, eindeutige Signale für Suchmaschinen	S
10	LinkedIn-Profil und Telefonnummer im Organisationsdatensatz ergänzen	Vollständigere, zitierfähigere Kontaktdaten	S
11	llms.txt anlegen, Cookie-Banner konsequent auf Deutsch umstellen	Klare Ansage an KI-Dienste, konsistenter Auftritt	S

Was zuerst?

Beginnen Sie mit dem Sitemap-Verweis in robots.txt. Eine Zeile Code, sofort umsetzbar. Der Fehler wurde in diesem Bericht von drei unabhängigen Prüfungen bestätigt und ist die Voraussetzung dafür, dass Crawler die vorhandene, korrekt gepflegte Sitemap überhaupt finden.

Direkt danach gehören die Canonical-Tags der Job-Detailseiten auf den Tisch. Mit über 100 offenen Stellen ist das der größte Hebel dieses Berichts für Ihre Auffindbarkeit. Die Ursache liegt vermutlich im eingesetzten Jobbörsen-System — diesen Punkt sollten Sie am Montag beim Anbieter anstoßen, auch wenn die eigentliche Umsetzung länger dauert.

Erst wenn diese beiden Punkte gelöst sind, entfalten strukturierte Daten, FAQ-Inhalte 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 die Seiten Jobs-Übersicht, zwei Stellenanzeigen, Job-Assessment und Über uns — jeweils im Original-Quelltext, so wie Suchmaschinen und KI-Crawler sie sehen. Performance-Messung: Google PageSpeed Insights (pagespeed.web.dev), 05.08.2026, 06:21 Uhr — mobil: Leistung 60, Hauptinhalt (LCP) nach 9,2 s · Desktop: Leistung 82, LCP 1,9 s · SEO-Grundlagen 100, Barrierefreiheit 90, Best Practices 100. Felddaten aus dem Chrome-UX-Bericht der letzten 28 Tage lagen nicht vor — zu geringes gemeldetes Besuchsvolumen; dieser Bericht beruht daher auf Labor-Messungen, nicht auf der Erfahrung tatsächlicher Besucher:innen. Agenten-Bereitschaft: isitagentready.com, 05.08.2026, 06:28 Uhr — ein Teil der dortigen Einzelprüfungen endete mit Zeitüberschreitungen statt einem eindeutigen Ergebnis; wo das der Fall war, haben wir es kenntlich gemacht statt es als Fehlen der Funktion zu werten. Alle Aussagen zu den über 100

Stellenanzeigen stützen sich auf eine Stichprobe von zwei Anzeigen. 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.comwww.flow4.com

ANSCHRIFT

FLOW4 UG (haftungsbeschränkt)

& Co. KG

Elbchaussee 200

22605 Hamburg

REGISTER

HRB 128147

USt-IdNr. DE 241844613