

Digital Media Performance

Bewertung nach Bereichen

Bewertungsbereich

Bewertung von 100 Punkten, Benchmark-Bereich

Zusammenfassung: wichtigste Empfehlungen



Website

Ladezeiten, UX-Design, Barrierefreiheit

66



- Mobile UX & Layoutstruktur verbessern
- Seitenladezeit verbessern
- Barrierefreiheit sicherstellen



Search

SEO, Visuals, Rezensionen

28



- URLs strukturieren
- Proaktives Rezensionsmanagement
- Struktur und SEO-Basics optimieren



Channels

Plattformen, Kanäle, Profile

71



- LinkedIn Profile bereinigen
- Instagram pflegen, ggf. mit FB Content



Content

Formate, Inhalte, Frequenz

41



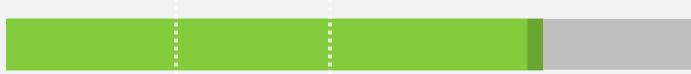
- Thin Content vermeiden – Inhalte mit Mehrwert ausbauen
- Frequenz der Postings erhöhen



Earned Media

Sichtbarkeit, Tonalität, Qualität

78



- Aufmerksamkeit in Regionalmedien nutzen, um Services zu platzieren



AI Tools

Sichtbarkeit, Korrekte Informationen

96



- Strukturierte Daten ergänzen
- Wikipedia-Beitrag aktualisieren



Website

66 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Ladezeiten		<ul style="list-style-type: none"> ~ Mittelwert Ladezeiten Desktop Score ✓ Mittelwert Ladezeiten Mobile Score 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bilder in modernen Formaten bereitstellen (z.B. WebP) ▶ Render-Blocking-Ressourcen eliminieren ▶ Unnötiges JavaScript reduzieren bzw. verzögert laden
UX-Design		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ≤ 3 Klicks bis zur Conversion ✓ CTA im sichtbaren Bereich (≥80% der Seiten) ✓ Konsistente Navigation (≥90% der Seiten) ✓ Zentrale Botschaft in 3 Sekunden erfassbar ~ H1/H2-Hierarchie korrekt umgesetzt ~ ≥ 90% visuelle Konsistenz auf Landing Pages 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Klarer erkennbare Call-to-Actions ▶ Stärker fokussierte Startseitenstruktur ▶ Visuelle Hierarchie durch Überschriftenebenen und Positionierung zentraler Aussagen ▶ Visuelle Konsistenz bei Buttons, Farben und Textstilen über alle Seiten hinweg
Barrierefreiheit		<ul style="list-style-type: none"> ✓ WCAG Kontrastverhältnis Text vs. Hintergrund ≥ 4,5:1 lt. WebAIM Contrast Checker ✓ Tastaturbedienbarkeit der gesamten Seite ~ Alternative Texte für alle nicht-dekorativen Bilder 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alle interaktiven Elemente für Tastatur-Navigation zugänglich machen (z. B. durch korrektes HTML-Markup, ARIA-Rollen, tabindex) ▶ Alle relevanten Bilder mit alt-Texten versehen – besonders auf Startseite und Themenseiten.

Search

28 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
SEO		<ul style="list-style-type: none"> ! Technik und Meta-Bereich lt. SEOability ~ Inhalte lt. SEOability ~ Struktur lt. SEOability 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seitentitel und Metadescrptions ergänzen, technische Probleme auf einzelnen Seiten lösen ➤ Identische Verlinkungen auf bestimmten Seiten auflösen (stehen in Konkurrenz zueinander) ➤ Keywords aus Seitentitel und H1 im Text wieder verwenden (betrifft 25 Seiten)
Google My Business		<ul style="list-style-type: none"> ~ Visuals ! Postings ! Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Postings und Produkte in die Google Infobox integrieren ➤ eigene Bilder von Logo und Unternehmensstandort/Büroräumlichkeiten in Google My Business hochladen
Rezensionen		<ul style="list-style-type: none"> ~ Qualität/Quantität Rezensionen Google ! Qualität/Quantität Rezensionen Bing ! Aktives Rezensionsmanagement Google ! Aktives Rezensionsmanagement Bing 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kund:innen dazu ermutigen, Bewertungen abzugeben – beispielsweise durch persönliche Ansprache, Hinweis-E-Mails nach Käufen oder In-Store-Aufsteller ➤ Eingehende Rezensionen regelmäßig beantworten und professionell kommentieren

Digital Media Performance

Empfehlungen, To-Dos, Aufwände

Empfehlung	Risiko	How-to	Interner Aufwand	Externe Kosten	Punkte
 Seitenladezeiten optimieren	Lange Ladezeiten führen zu höheren Absprungraten und schlechterem Google-Ranking.	Empfohlen wird die Umstellung auf moderne Bildformate (z. B. WebP), die Reduktion unnötiger JavaScript-Ressourcen und das Eliminieren von Render-Blocking-Elementen.	5-7 Stunden (Mitarbeiter mit Webentwicklungs-Know-how)	€ 800 - 1100	+6
 Mobile UX verbessern	Unklare mobile UX führt zu Abbrüchen und schlechter Conversion auf Smartphones.	Responsive Layouts umsetzen, Call-to-Actions sichtbar über dem Fold platzieren und Schriftgrößen optimieren.	6-8 Stunden (Mitarbeiter mit Webentwicklungs-Know-how)	€ 900 - 1200	+7
 Postings & Produkte in Google My Business integrieren	Schwache Google-Darstellung verringert Markenwirkung in der Suche.	GMB-Dashboard aktiv nutzen, regelmäßig Bilder, Produkte und Posts einpflegen.	4-6 Stunden (Marketing Mitarbeiter)	€ 700 - 900	+4
 Thin Content vermeiden	Zu kurze Seiteninhalte verringern Sichtbarkeit und Verweildauer.	Produkt- und Themenseiten mit mindestens 300-500 Wörtern ergänzen, z. B. durch FAQs, Anwendungstipps oder Hintergrundwissen.	5-10 Stunden	€ 800 - 1600	+6
 Markennennung in KI-Systemen absichern	Marke wird von KI-Systemen falsch oder gar nicht erkannt.	Konsistente Benennung („Unternehmensname“) in allen Online-Kanälen, strukturierte Daten (Organization, sameAs) ergänzen, Wikipedia-Eintrag ggf. erweitern.	3-5 Stunden	€ 500 - 800	+3