01 · ZUSAMMENFASSUNG

Bestandsaufnahme SEO und KI-Sichtbarkeit

Fensterwerk Nordheide GmbH · Fenster, Haustüren und Montage · Region Nordheide und Hamburg-Süd
Prüfzeitraum: Oktober 2026 · Datenbasis: Full-Crawl, Google Search Console (12 Monate), Bing Webmaster Tools, 60 KI-Abfragen

Gesamtbild

Die Website ist technisch solide erreichbar, verschenkt aber an drei Stellen Sichtbarkeit: Für die umsatzstärksten Suchanfragen mit Ortsbezug rankt fast ausschließlich die Startseite, ein gutes Drittel der Seiten wird von Google nicht indexiert, und auf typische Kundenfragen zu Preisen, Förderung und Montagedauer gibt es keine Antworten. In KI-Antworten taucht das Unternehmen deshalb kaum auf, zwei regionale Wettbewerber dagegen regelmäßig.

Stand nach Bereichen

BEREICH	STAND	KURZ GESAGT
Technik & Indexierung	Lücken	Erreichbar und sauber verschlüsselt, aber 74 Seiten nicht im Index und langsame mobile Ladezeit.
Inhalte & Suchintention	kritisch	Keine Seiten für Orte und Leistungen mit Kaufabsicht, keine Antworten auf Preis- und Förderfragen.
Lokale Sichtbarkeit	Lücken	Google-Profil vorhanden, aber widersprüchliche Adressdaten in Verzeichnissen.
KI-Sichtbarkeit	kritisch	In 6 von 60 KI-Abfragen genannt, Hauptwettbewerber in 23.
Vertrauen & Autorität	Lücken	Gute Bewertungen (4,7 Sterne, 86 Bewertungen), kaum Erwähnungen auf anderen Seiten.

Die fünf wichtigsten Befunde

1. **Startseite statt Leistungsseiten:** Für Fenster Buchholz, Haustür Tostedt und ähnliche Anfragen rankt nur die Startseite, auf Position 11 bis 24.
2. **74 von 214 Seiten nicht indexiert,** vor allem Varianten-Seiten mit fast identischem Text.
3. **Mobiler Seitenaufbau zu langsam:** LCP von 3,9 Sekunden, verursacht durch ein 2,8 MB großes Startbild.
4. **Unternehmensdaten widersprüchlich:** zwei Adressen und ein alter Firmenname in vier Verzeichnissen.
5. **Keine Antworten auf Kundenfragen:** Preise, Fördermöglichkeiten und Montagedauer fehlen. KI-Systeme nennen deshalb die Wettbewerber, die diese Fragen beantworten.

02 · TECHNIK UND INDEXIERUNG

Was Google sieht und was nicht

1.142 gefundene URLs	**214** Seiten mit Status 200	**140** im Google-Index	**74** nicht indexiert
87 Weiterleitungen	**23** Fehlerseiten (404)	**3,9 s** LCP mobil	**0,21** CLS mobil

Befunde im Detail

BEFUND	BELEG	AUSWIRKUNG	PRIO.
Varianten-Seiten nicht indexiert	58 Seiten zu Fensterfarben und -formen mit über 90 % gleichem Text, Status Gecrawlt, zurzeit nicht indexiert	Google wertet die Seiten als austauschbar. Suchanfragen nach Farben und Formen landen beim Wettbewerb.	hoch
Großes Startbild	Hero-Bild 2,8 MB im JPG-Format, ohne responsive Varianten	Mobiler LCP 3,9 s. Ein Teil der Besucher springt ab, bevor die Seite steht.	hoch
Interne Links auf Weiterleitungen	312 interne Links zeigen auf 41 weitergeleitete URLs	Unnötige Umwege für Crawler, verwässerte Signale.	mittel
Fehlerseiten mit Backlinks	6 der 23 Fehlerseiten haben externe Links, u. a. von einem Handwerksportal	Wertvolle Empfehlungen laufen ins Leere.	mittel
Layout-Verschiebungen	Cookie-Banner und Bewertungs-Widget laden nach, CLS 0,21	Schlechtere Nutzererfahrung, Core Web Vitals im gelben Bereich.	mittel
Keine strukturierten Daten	Kein `LocalBusiness`, keine Angaben zu Leistungen oder Bewertungen	Google und KI müssen Adresse, Angebot und Einzugsgebiet erraten.	mittel
Sitemap veraltet	Sitemap enthält 31 weitergeleitete URLs, `lastmod` bei allen Seiten identisch	Google verlässt sich weniger auf die Sitemap.	niedrig

Positiv: HTTPS durchgängig, keine Sperren für Googlebot, Bingbot oder OAI-SearchBot, saubere Canonicals auf den Hauptseiten.

03 · SICHTBARKEIT BEI GOOGLE UND IN DER KI

Wo Kunden suchen und wen sie finden

41.300	980	2,4 %	18,7
Impressionen (12 Monate)	Klicks	Klickrate	Ø Position

Wichtige Suchanfragen

SUCHANFRAGE	NACHFRAGE*	POSITION	RANKENDE SEITE
fenster buchholz	210	14	Startseite
fensterbau nordheide	90	6	Startseite
haustür tostedt	70	24	Startseite
fenstertausch kosten	2.400	nicht in Top 100	keine passende Seite
kunststofffenster preise	1.900	46	Produktseite Kunststofffenster
förderung fenster	1.600	nicht in Top 100	keine passende Seite

* Geschätzte monatliche Suchanfragen in Deutschland, gerundet.

KI-Sichtbarkeit: Wer wird genannt?

FRAGE AN DIE KI (AUSWAHL)	CHATGPT	AI OVERVIEWS	PERPLEXITY	STATTDESSEN GENANNT
Guter Fensterbauer in Buchholz in der Nordheide?	✔	✖	✔	Wettbewerber A, B
Was kostet ein Fenstertausch im Einfamilienhaus?	✖	✖	✖	Ratgeberportale, Wettbewerber A
Welche Förderung gibt es für neue Fenster?	✖	✖	✖	Förderportale, Wettbewerber B
Wie lange dauert der Einbau neuer Fenster?	✖	✖	✖	Wettbewerber A
Haustür mit Montage in Hamburg-Süd	✖	✖	✔	Wettbewerber B, C

Gesamt: 60 Abfragen (20 Fragen, je drei Systeme). Fensterwerk genannt in 6, Wettbewerber A in 23, Wettbewerber B in 17. Beide Wettbewerber beantworten Preis- und Förderfragen auf eigenen Seiten.

04 · EINORDNUNG DER BEFUNDE

Wo die größte Wirkung liegt

Jeder Befund ist nach erwarteter Wirkung auf Sichtbarkeit und Anfragen sowie nach Aufwand eingeordnet. So ist auf einen Blick erkennbar, wo die Hebel liegen.

HOHE WIRKUNG · GERINGER AUFWAND

- Startbild komprimieren, mobilen LCP senken
- Unternehmensdaten in Verzeichnissen vereinheitlichen
- Fehlerseiten mit Backlinks weiterleiten
- LocalBusiness-Daten auszeichnen

HOHE WIRKUNG · HÖHERER AUFWAND

- Leistungsseiten für Orte und Produkte mit Kaufabsicht
- Antworten auf Preis-, Förder- und Ablauffragen
- Varianten-Seiten zusammenlegen und aufwerten

GERINGERE WIRKUNG · GERINGER AUFWAND

- Interne Links auf Weiterleitungen korrigieren
- Sitemap bereinigen, lastmod korrekt setzen
- Layout-Verschiebungen durch Banner beheben

GERINGERE WIRKUNG · HÖHERER AUFWAND

- Neugestaltung der gesamten Navigation
- Mehrsprachige Version

Einschätzung

Der größte Hebel liegt nicht in der Technik, sondern bei den Inhalten: Die Website beantwortet die Fragen nicht, mit denen Kunden bei Google und in KI-Assistenten nach einem Fensterbauer suchen. Die technischen Befunde sind überschaubar und vergleichsweise schnell lösbar. Bei der KI-Sichtbarkeit ist der Abstand zu den zwei führenden Wettbewerbern deutlich, aber erklärbar: Beide liefern konkrete Antworten, die die KI übernehmen kann.

IM ERGEBNIS-TERMIN

gehen wir alle Befunde gemeinsam durch, klären Fragen und besprechen, welche Punkte für das Team zuerst sinnvoll sind. Der vollständige Bericht enthält zusätzlich alle Einzelbelege, Seitenlisten und die vollständigen KI-Abfragen.