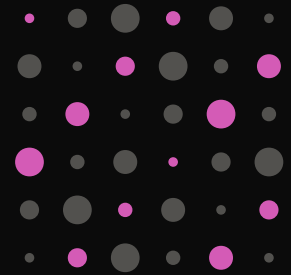
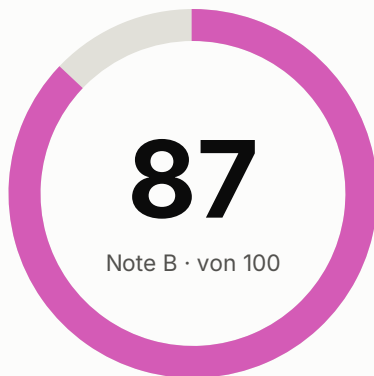


spritdeadline.de

Ein Live-Crawl der Website, geprüft gegen Regeln, auf Inhaltsqualität bewertet, mit Punkten versehen und in klarer Sprache erklärt.



4. Oktober 2026 · 16 URLs gecrawlt · 188 Inhaltsbewertungen



16

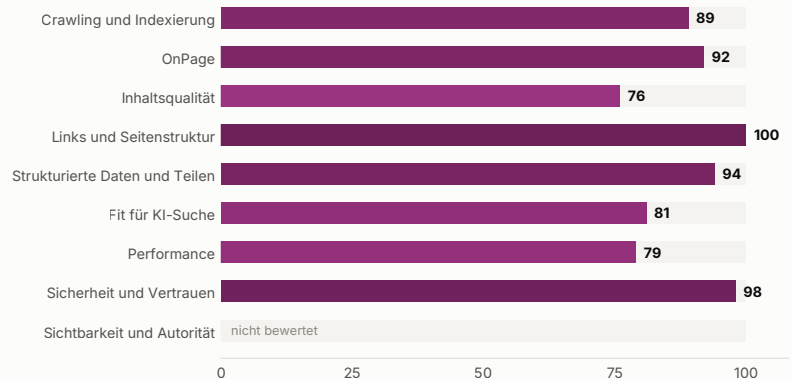
HTML-Seiten
analysiert

15

Maßnahmen
gefunden

1

kritisch oder hoch



Was auf spritdeadline.de am meisten zählt

spritdeadline.de erreicht 87 von 100 Punkten (Note B) über 8 bewertete Bereiche. Am stärksten sind Links und Seitenstruktur, Sicherheit und Vertrauen, Strukturierte Daten und Teilen; am schwächsten Inhaltsqualität, Performance, Fit für KI-Suche. Das Audit ergab 15 Maßnahmen, davon 1 mit Priorität „Zuerst beheben“ und 2 Quick Wins.

87_{/100}

Gesamtscore, Note B

1

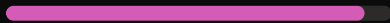
Maßnahmen „Zuerst beheben“

2

Quick Wins

83%

Antworten eindeutig

SEO-001 · **P1** Regel**Seiten per noindex von der Suche ausgeschlossen**

Wirkung 93 · Stunden · 2 Seiten

SEO-002 · **P2** Inhaltsprüfung**Lokales Unternehmen ohne strukturierte LocalBusiness-Daten**

Wirkung 100 · Etwa ein Tag · 1 Seite

SEO-003 · **P2** Marktdaten**Relevante Keywords, die eine bestehende Seite gewinnen könnte**

Wirkung 100 · Etwa ein Tag · 32 Seiten

Was funktioniert, was bremst, was zu tun ist

Was funktioniert

- Links und Seitenstruktur erreicht 100.
- Sicherheit und Vertrauen erreicht 98.
- Strukturierte Daten und Teilen erreicht 94.

Was die Website bremst

- SEO-001: Seiten per noindex von der Suche ausgeschlossen (2 Seiten tragen noindex)

Plan

Diese Woche

- SEO-001 Seiten per noindex von der Suche ausgeschlossen
- SEO-006 Doppelte Titles über mehrere Seiten

Diesen Monat

- SEO-002 Lokales Unternehmen ohne strukturierte LocalBusiness-Daten
- SEO-003 Relevante Keywords, die eine bestehende Seite gewinnen könnte
- SEO-004 Wichtige Seiten zeigen wenig Expertise und Vertrauenswürdigkeit
- SEO-005 Seiten mit sehr wenig Hauptinhalt
- SEO-007 Inhalte erscheinen erst nach Ausführung von JavaScript

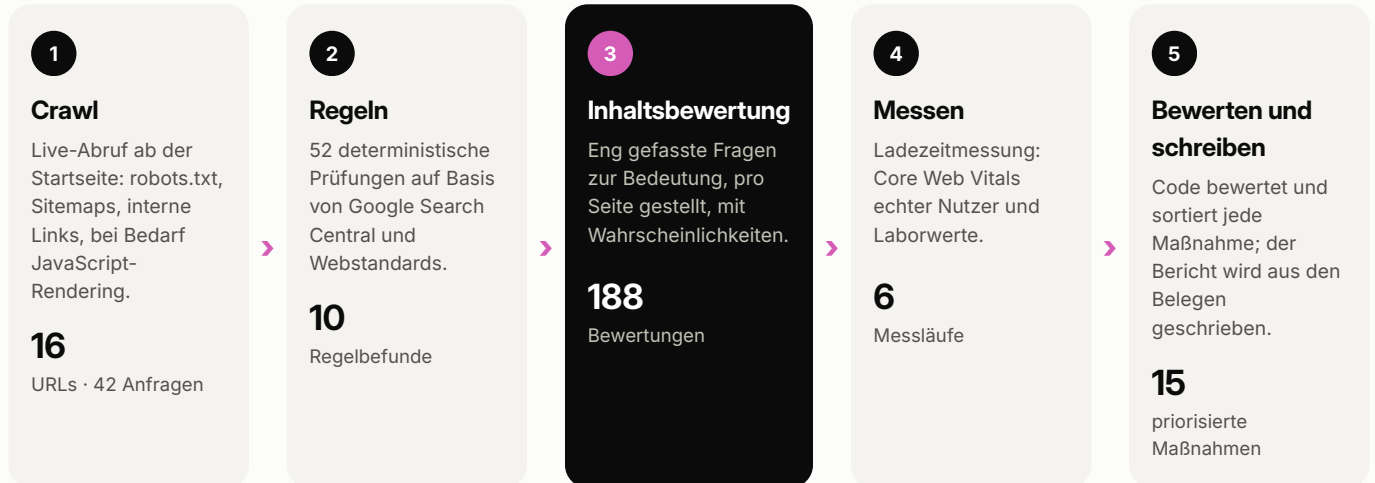
Dieses Quartal

- SEO-010 Übersprungene Überschriftenebenen
- SEO-011 Hauptüberschriften, die das Thema nicht nennen
- SEO-012 Seiten, die die Kernaussage verstecken
- SEO-013 Seiten ohne Canonical-Link
- SEO-014 Doppelte Meta-Descriptions

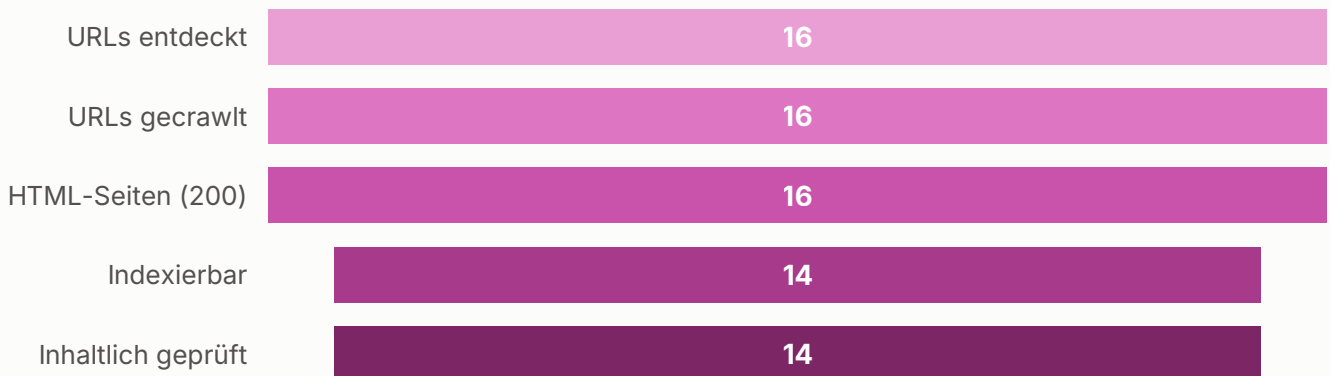
Verfasst von: TechPirat.

So kommt jeder Befund zustande

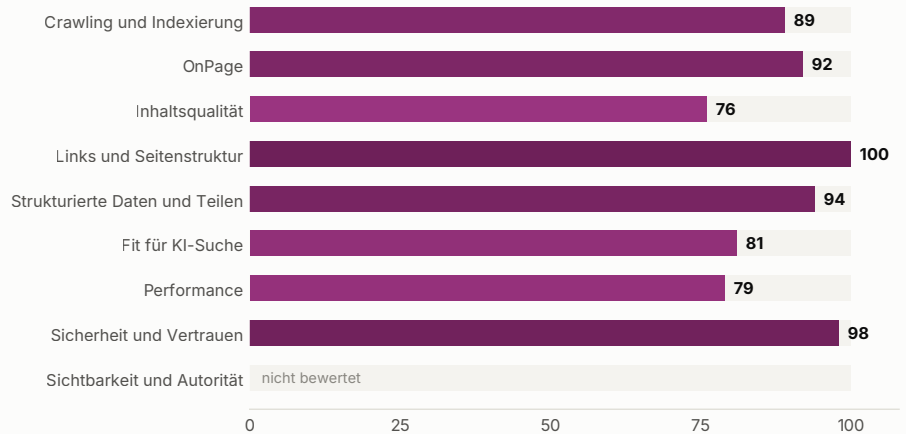
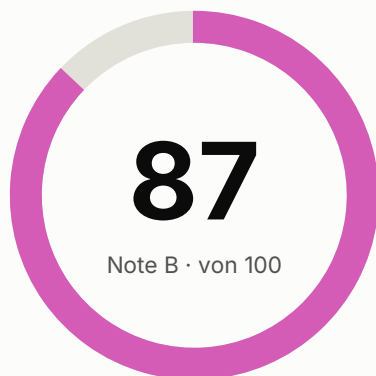
Jede Stufe tut nur, was sie gut kann. Alles, was eine Zählung, ein Statuscode oder ein Textabgleich entscheiden kann, entscheiden Regeln. Eng gefasste Fragen zur Bedeutung werden mit Wahrscheinlichkeiten beantwortet; unsichere Antworten werden zur Prüfung markiert. Nichts wird erfunden, um Lücken zu füllen: Fehlende Daten werden als fehlend ausgewiesen.



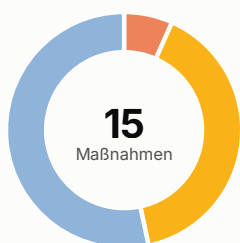
Was jede Stufe durchlaufen hat



9 Bereiche, ein Score

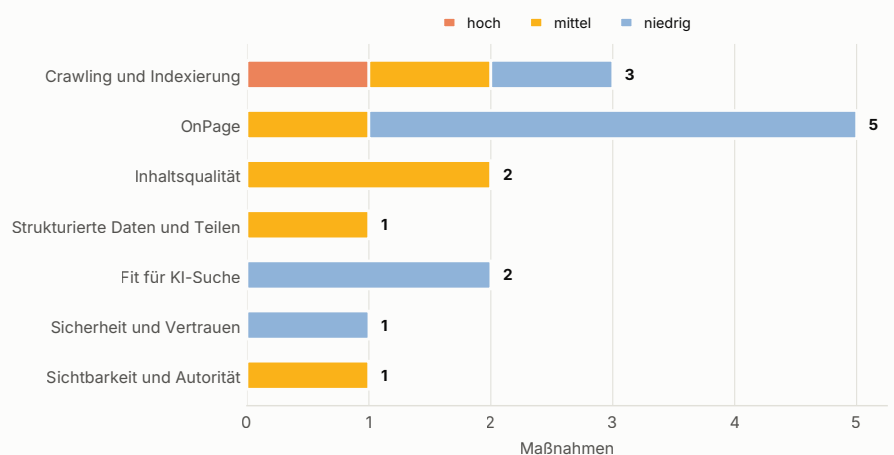


BEREICH	SCORE	GEWICHT	MASSNAHMEN	WIE BEWERTET WIRD
Crawling und Indexierung	89	20	3	Nur Regeln
OnPage	92	15	5	Regeln plus TechPirat-Befunde
Inhaltsqualität	76	20	2	70 % TechPirat-Urteil (Nützlichkeit, Spezifität, Vertrauen), 30 % Regeln
Links und Seitenstruktur	100	10	0	Nur Regeln
Strukturierte Daten und Teilen	94	8	1	Regeln plus TechPirat-Befunde
Fit für KI-Suche	81	12	2	70 % TechPirat-Urteil (Zitierbarkeit, Antwort zuerst, Klarheit über die Organisation), 30 % Regeln; redaktionelle Heuristik, da laut Google für KI-Funktionen keine besondere Optimierung nötig ist
Performance	79	10	0	50 % Performance mobil, 50 % Crawl-Beobachtungen
Sicherheit und Vertrauen	98	5	1	Nur Regeln
Sichtbarkeit und Autorität	n/a	15	1	Nicht bewertet: Marktdaten hat für diese Domain in diesem Markt noch keine Rankingdaten



hoch 1
mittel 6
niedrig 8

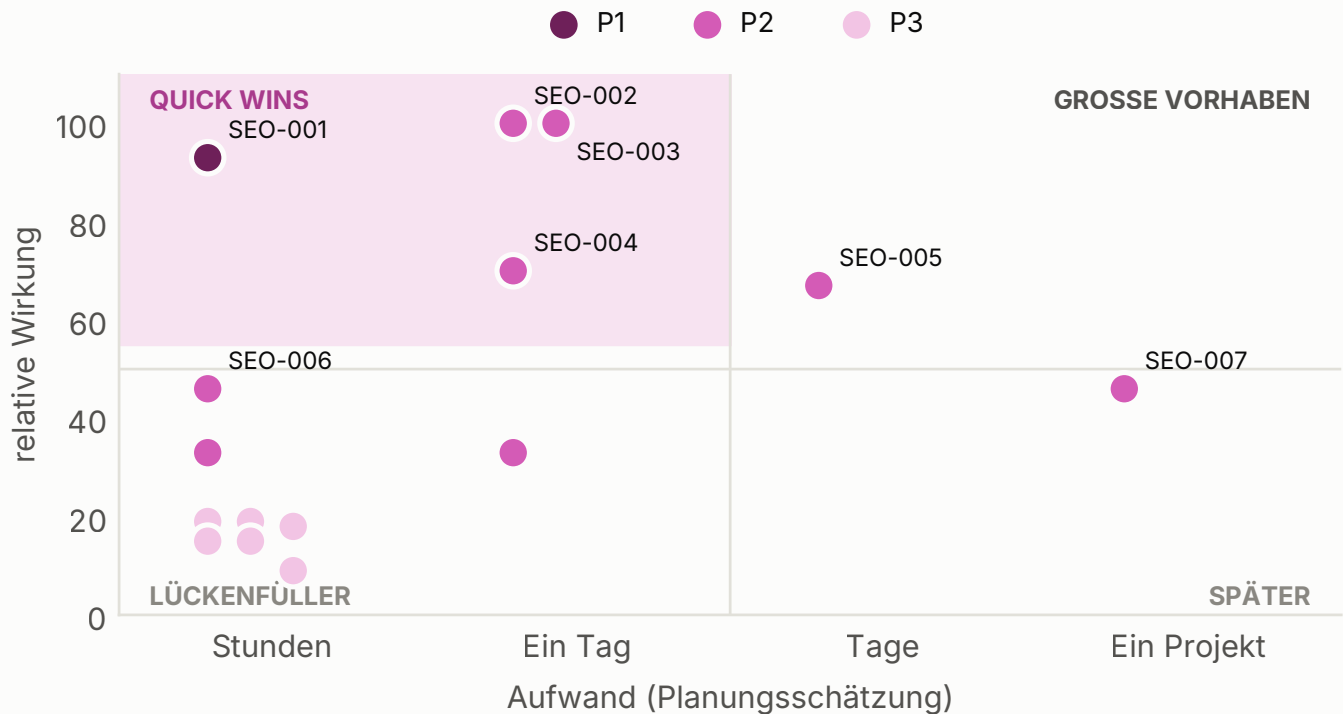
Maßnahmen nach Schweregrad



Maßnahmen nach Bereich und Schweregrad

Was zuerst zu beheben ist

Die Wirkung kombiniert Schweregrad, Zahl der betroffenen Seiten und deren Wichtigkeit. Der Aufwand ist eine Planungsschätzung, kein Angebot.

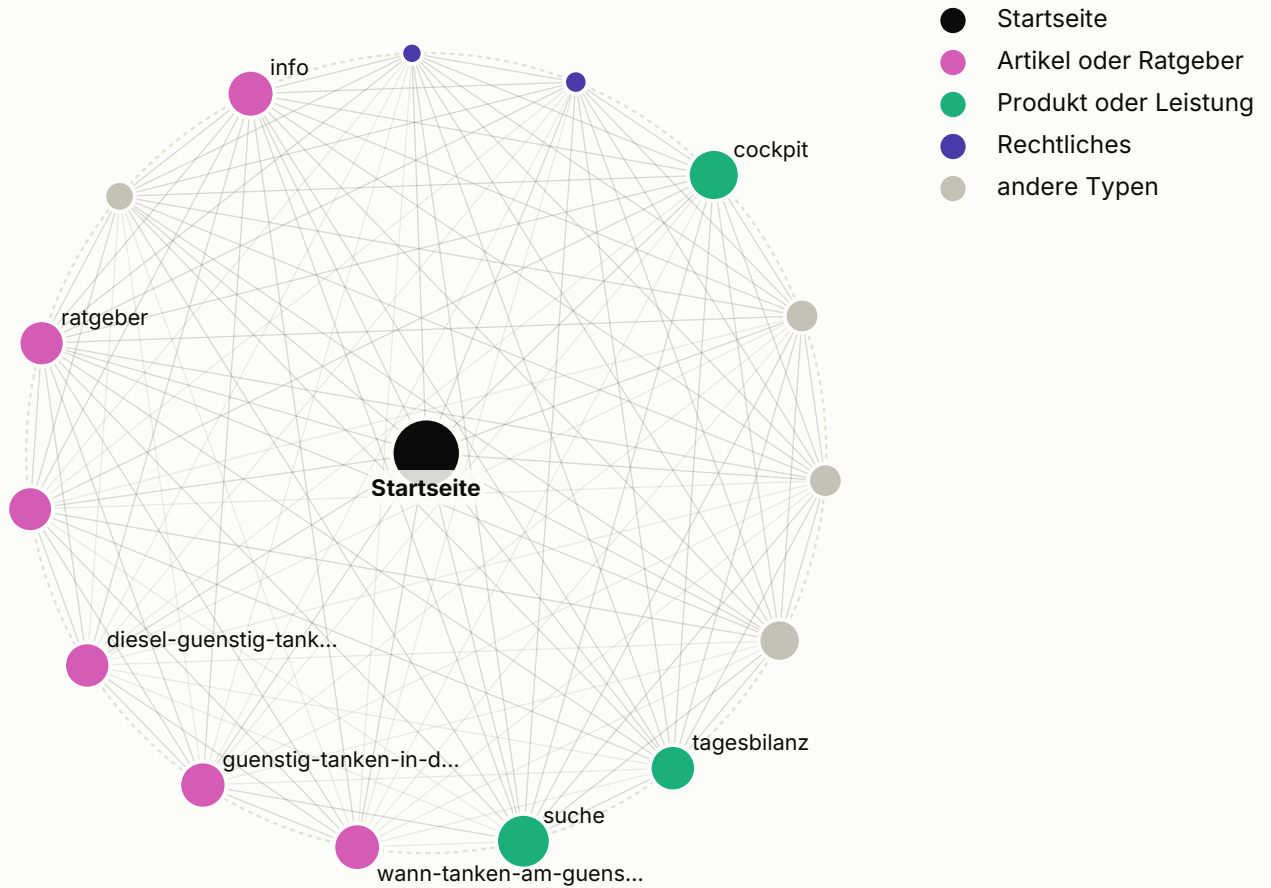


Jeder Punkt ist eine Maßnahme; beschriftet sind „Zuerst beheben“ und hohe Wirkung. Die Farbe zeigt die Priorität.

ID	MASSNAHME	PRIORITÄT	WIRKUNG	AUFWAND	SEITEN	DURCH
SEO-001	Seiten per noindex von der Suche ausgeschlossen Quick Win	P1 Zuerst beheben	93	Stunden	2	Regel
SEO-002	Lokales Unternehmen ohne strukturierte LocalBusiness-Daten	P2 Als Nächstes planen	100	Etwa ein Tag	1	Inhaltsprüfung
SEO-003	Relevante Keywords, die eine bestehende Seite gewinnen könnte	P2 Als Nächstes planen	100	Etwa ein Tag	32	Marktdaten
SEO-004	Wichtige Seiten zeigen wenig Expertise und Vertrauenswürdigkeit	P2 Als Nächstes planen	70	Etwa ein Tag	4	Inhaltsprüfung
SEO-005	Seiten mit sehr wenig Hauptinhalt	P2 Als Nächstes planen	67	Mehrere Tage	3	Regel
SEO-006	Doppelte Titles über mehrere Seiten Quick Win	P2 Als Nächstes planen	46	Stunden	2	Regel
SEO-007	Inhalte erscheinen erst nach Ausführung von JavaScript	P2 Als Nächstes planen	46	Ein Projekt	2	Regel
SEO-008	Übliche Sicherheits-Header fehlen	P2 Als Nächstes planen	33	Stunden	1	Regel
SEO-009	AI Overviews, die die Website nicht zitieren	P2 Als Nächstes planen	33	Etwa ein Tag	2	Marktdaten
SEO-010	Übersprungene Überschriftenebenen	P3 Bei Gelegenheit	19	Stunden	1	Regel

Wie die Website verlinkt ist

Seiten nach Klicks von der Startseite angeordnet. Größere Punkte sind wichtigere Seiten; der äußere gestrichelte Ring enthält Seiten, auf die keine gecrawlte Seite verlinkt.



Wo die Website heute rankt

Google-Rankings, geschätzter Traffic und Links für [spritdeadline.de](#) (Standort 2276, Sprache de). Der Traffic ist eine Schätzung aus Rankings und Suchvolumen, keine gemessenen Besuche.

n/a

Keywords mit
Google-Ranking

n/a

geschätzte
monatliche Besuche

2

verweisende
Domains

5

Backlinks

0

Erwähnungen in KI-
Antworten

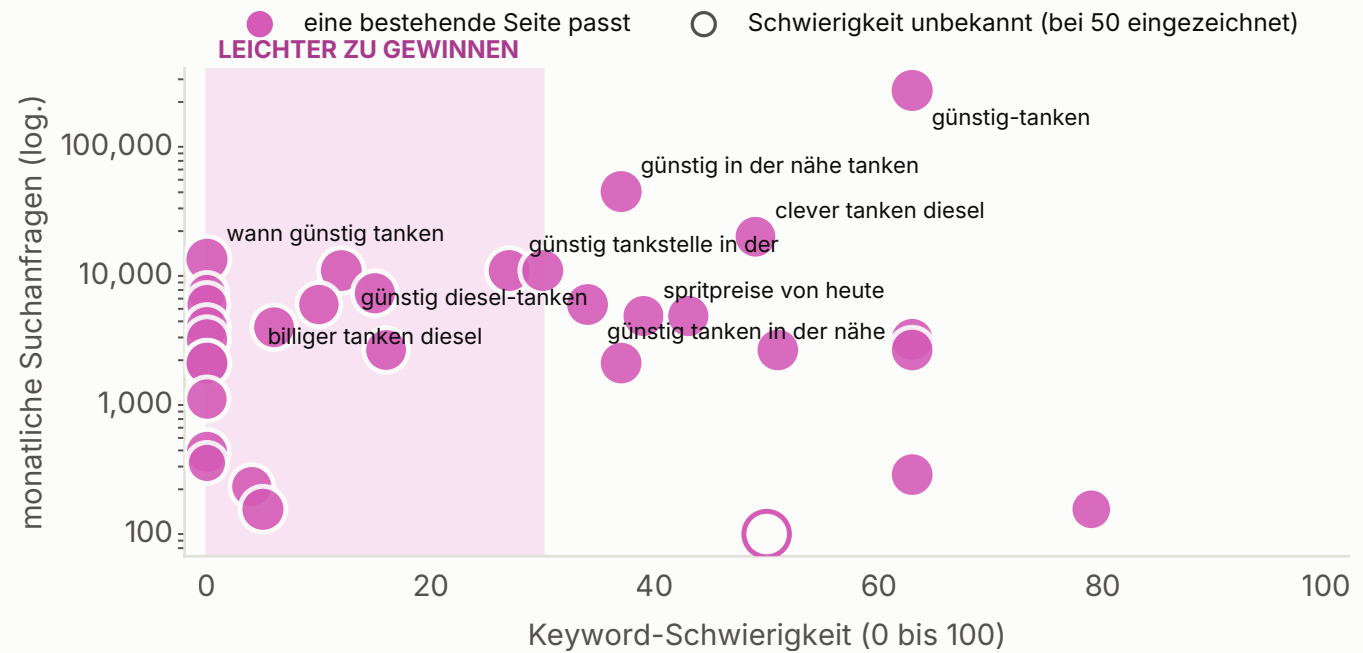
Top-Keywords

Für diese Domain wurden in diesem Markt keine Google-Rankings gefunden.

Keywords, die sich lohnen

Keyword-Ideen, Vorschläge und Lücken gegenüber Wettbewerbern aus Marktdaten. Behalten wurden nur die für dieses Unternehmen relevanten (ab 0,66), Suchen nach anderen Marken wurden verworfen, und jedes Keyword wurde der bestehenden Seite zugeordnet, die es besetzen sollte, oder als Bedarf für eine neue Seite markiert.

Startbegriffe (vorgegeben): 12 uhr regel tanken · benzinpreise vergleichen · günstig tanken · spritpreise heute · tankstelle günstig



KEYWORD	SUCHEN/ MONAT	SCHWIERIGKEIT	SUCHINTENTION	RELEVANZ	ZUSTÄNDIGE SEITE
wann günstig tanken	12,100	0	informierend	0.99	/ratgeber/wann-tanken-am-guenstigsten
günstig diesel-tanken	9,900	12	kommerziell	0.98	/ratgeber/diesel-guenstig-tanken
günstig tankstelle in der nähe	9,900	27	kommerziell	0.99	/ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe
günstig tanken e10 in der nähe	9,900	30	transaktional	0.99	/suche
dieselpreise kiel	6,600	0	informierend	0.78	/suche
billiger tanken diesel	6,600	15	kommerziell	0.95	/ratgeber/diesel-guenstig-tanken

Aktuelle Google-Ergebnisse für die Top-Keywords

KEYWORD	POSITION DER WEBSITE	AI OVERVIEW	TOP-3-ERGEBNISSE
12 uhr regel tanken	nicht in den Top 10	ja, Website nicht zitiert	bild.de, facebook.com, focus.de
benzinpreise vergleichen	nicht in den Top 10	ja, Website nicht zitiert	esyoil.com, esyoil.com, esyoil.com
günstig tanken	nicht in den Top 10	keine	clever-tanken.de, ich-tanke.de, benzin.jetzt
spritpreise heute	nicht in den Top 10	ja, Website nicht zitiert	clever-tanken.de, adac.de, spritpreise.jetzt
tankstelle günstig	nicht in den Top 10	keine	clever-tanken.de, ich-tanke.de, adac.de

Wie die Inhalte wirken

Fragen zur ganzen Website, gestellt anhand der Startseite und der Seitentitel. Jede Karte zeigt die Antwort und die Wahrscheinlichkeit jeder Option.

AUSWAHL

Was für ein Unternehmen ist das?

Publisher oder Medien Konfidenz 0.80

Publisher oder Medien		0.82
SaaS oder Software		0.10
Sonstiges		0.04

SKALA

Wie klar ist das Angebot auf der Startseite?

1.00 Konfidenz 1.00

Besucher erkennen nicht, was angebot		0.00
Angebot erahnbar, aber vage oder v		0.00
Angebot und Zielgruppe klar, Kaufg		0.00
Angebot, Zielgruppe und Kaufgrund		1.00

JA/NEIN · PRÜFEN

Sagt die Startseite, wer, was und wo?

P(ja) 0.68

ja		0.68
nein		0.32

SKALA

Wie fokussiert sind die Themen der Website?

0.99 Konfidenz 0.98

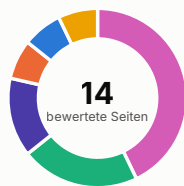
Verstreute Themen ohne Zusammenf		0.00
Loses Thema, viele fremde Seiten		0.00
Klares Thema, wenige Ausreißer		0.02
Eng um verwandte Themen organisie		0.98

JA/NEIN · PRÜFEN

Bedient sie ein bestimmtes lokales Gebiet?

P(ja) 0.76

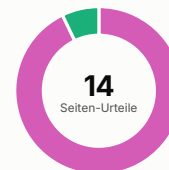
ja		0.76
nein		0.24



Seitentypen



Suchintention



Empfohlene Maßnahme je Seite

Heatmap der Seitenqualität

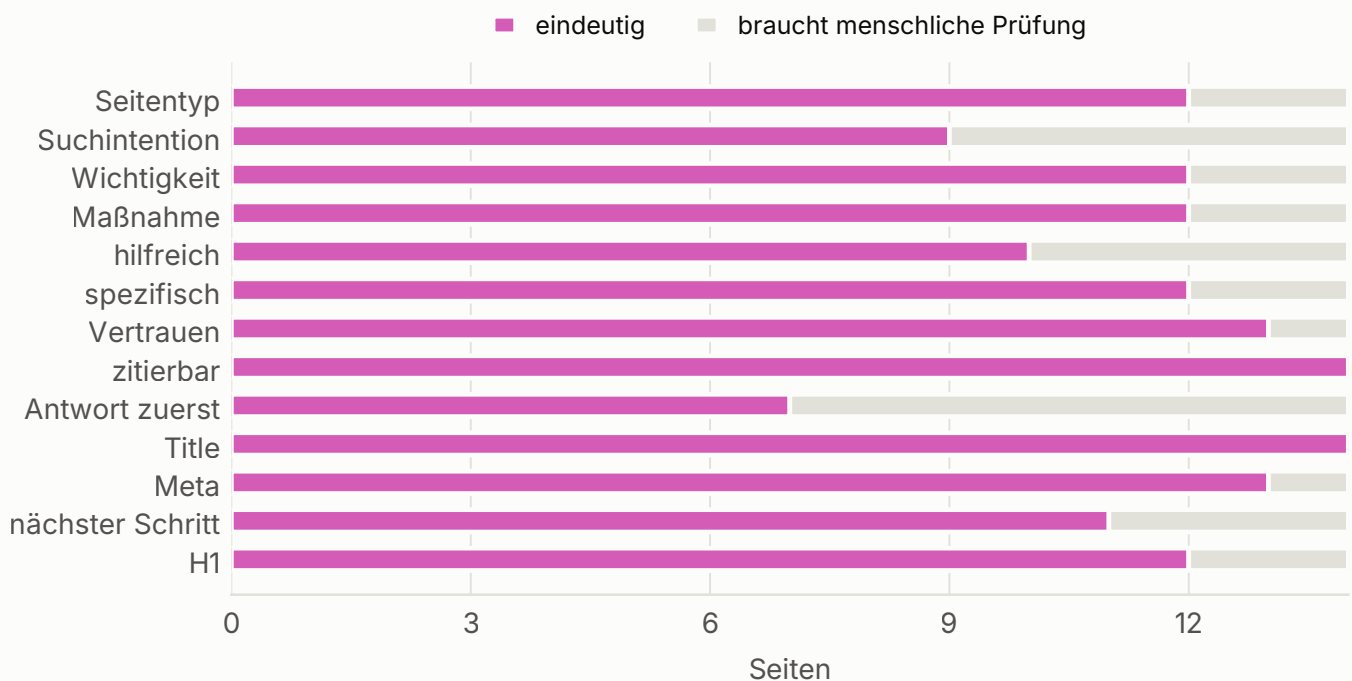
Jede Skalen- und Ja/Nein-Antwort auf einer Skala von 0 bis 1, für die wichtigsten Seiten.

Dunkler ist besser. Ein Strich bedeutet, dass die Frage nicht zutraf, z. B. keine Meta-Beschreibung zu bewerten.

	hilfreich	spezifisch	Vertrauen	zitierbar	Antwort zuerst	Title	Meta	nächster Schritt
/	0.67	0.66	0.61	0.80	0.69	0.69	0.97	0.80
/suche	0.66	0.72	0.32	0.69	0.71	0.86	0.96	0.87
/cockpit	0.56	0.65	0.31	0.65	0.76	0.71	0.94	0.87
/info	0.90	0.55	0.69	0.95	0.49	0.77	0.94	0.93
/ratgeber/wann-tanken-am-guenstigsten	0.99	0.66	0.82	0.98	0.81	0.98	0.92	0.93
/ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe	0.98	0.68	0.83	0.87	0.92	0.96	0.97	0.92
/tagesbilanz	0.59	0.71	0.34	0.67	0.85	0.70	0.90	0.86
/ratgeber/diesel-guenstig-tanken	0.95	0.66	0.81	0.90	0.87	0.88	0.93	0.90
/ratgeber	0.49	0.51	0.31	0.66	0.83	0.88	0.53	0.20
/ratgeber/cockpit-und-tagesbilanz	1.00	0.86	0.88	1.00	0.93	0.78	0.97	0.90
/ueber-uns	0.96	0.86	0.89	1.00	0.77	0.75	0.85	0.57
/kontakt	0.87	0.61	0.80	0.93	0.65	0.67	0.90	0.94
/datenschutz	0.98	0.65	0.73	1.00	0.89	0.68	0.89	0.77
/impressum	0.64	0.33	0.65	0.98	0.35	0.66	0.68	0.35

Wie sicher waren die Antworten?

Eine Auswahl- oder Skalenantwort gilt ab Konfidenz 0.80 als eindeutig; eine Ja/Nein-Antwort bei $P(\text{ja})$ von 0.80 oder mehr bzw. 0.20 oder weniger. Alles andere wird zur menschlichen Prüfung markiert und an der Maßnahme vermerkt.



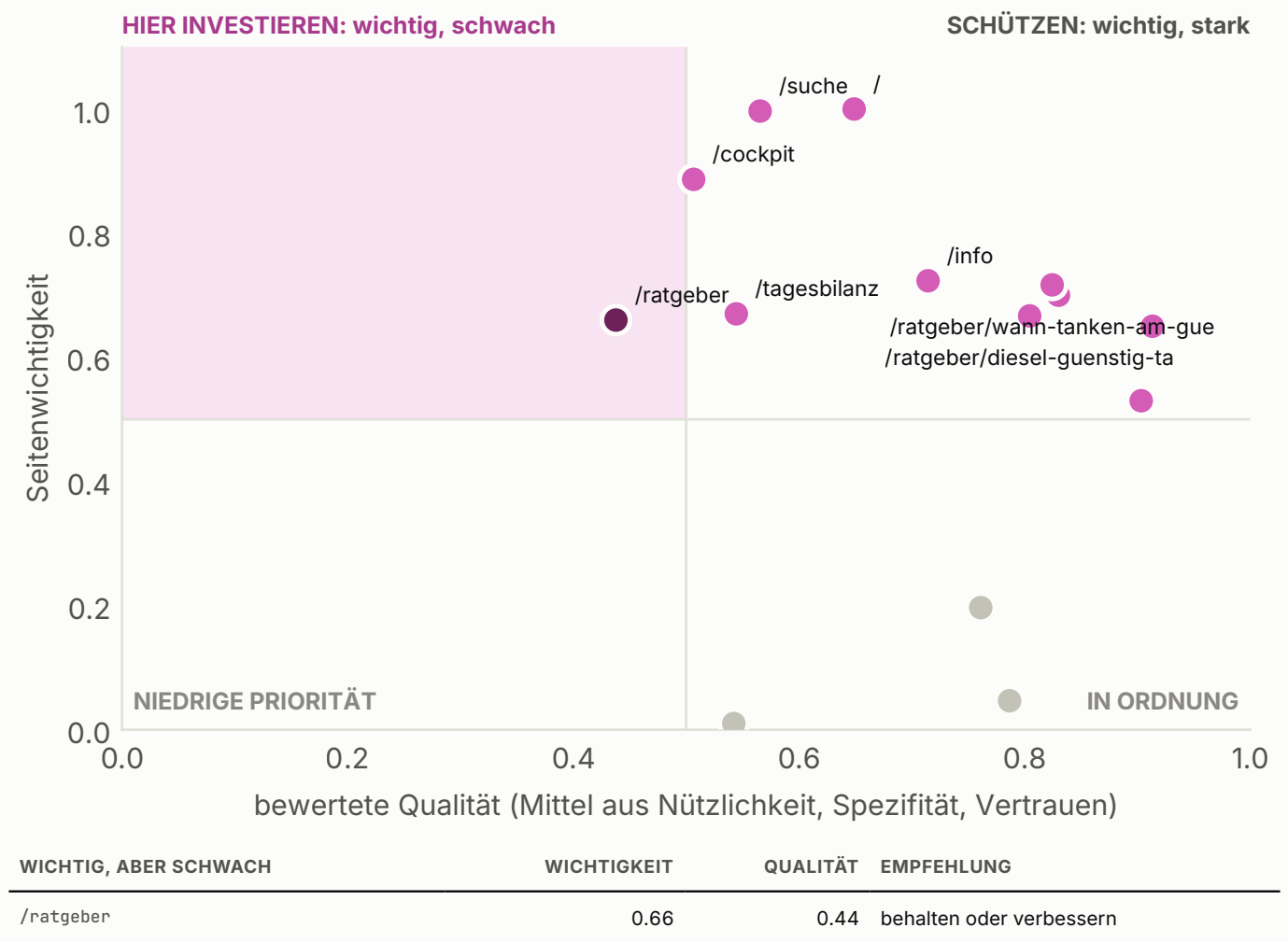
Seiten, die um dieselben Suchanfragen konkurrieren könnten

1 Paare mit überlappenden Titeln und Überschriften wurden vorausgewählt und daraufhin geprüft, ob ein Suchender sie als austauschbar ansähe. Gezeigt werden die wahrscheinlichsten Konkurrenten; ab 0,6 entsteht eine Maßnahme.

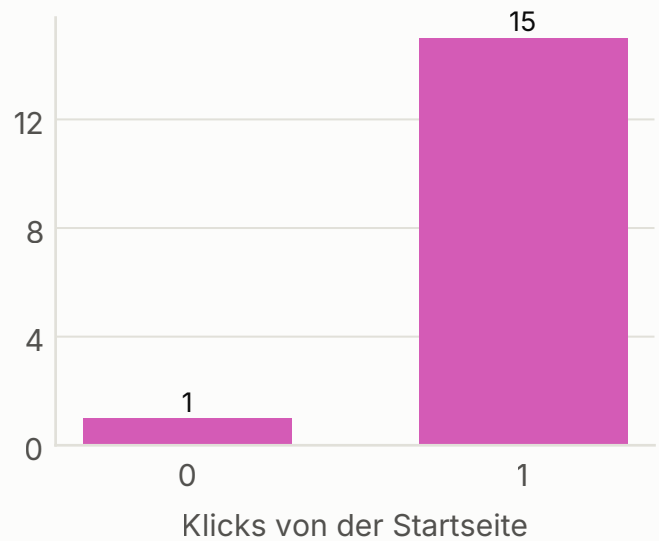
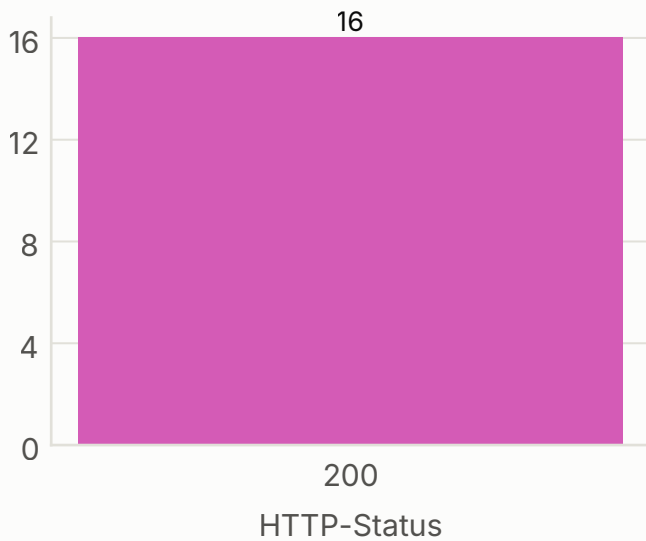
SEITE A	SEITE B	TITLE- ÜBERSCHNEIDUNG	P(KONKURRENZ)
https://spritdeadline.de/ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe	https://spritdeadline.de/ratgeber/diesel-guenstig-tanken	0.5	0.26

Wo sich Investitionen lohnen

Jede Seite nach ihrer Bedeutung fürs Geschäft und der Qualität ihres Inhalts (Mittel aus Nutzen, Konkretheit und Vertrauen). Seiten im schattierten Bereich sind wichtig und schwach: Hier zahlt sich Verbesserung wahrscheinlich zuerst aus.



Crawling und Indexierung 89



HTTP-Status der gecrawlten URLs

Klicktiefe ab der Startseite

robots.txt	gefunden · Googlebot erlaubt · Bingbot erlaubt
XML-Sitemap	14 URLs in 1 Datei(en)
HTTPS	ja · HTTP leitet auf HTTPS weiter: ja
Status nicht vorhandener Seiten	404 korrekt
Rendering	auto; Startseite brauchte JavaScript-Rendering: nein
Crawl-Grenzen	100 Seiten, Tiefe 5

Maßnahmen

SEO-001 · Seiten per noindex von der Suche ausgeschlossen

P1 ● hoch Regel Quick Win

2 betroffen · 2 Seiten tragen noindex

Lösung: Prüfen Sie, ob jedes noindex gewollt ist, und entfernen Sie es bei Seiten, die ranken sollen. [Quelle](#)[/watchlist](#) · [/auth](#)

SEO-007 · Inhalte erscheinen erst nach Ausführung von JavaScript

P2 ● mittel Regel

2 betroffen · 2 Seiten hatten im rohen HTML unter 60 Wörter und nach dem Rendern mehr

Lösung: Rendern Sie Hauptinhalte und Links serverseitig oder vorab. [Quelle](#)[/watchlist](#) · [/auth](#)

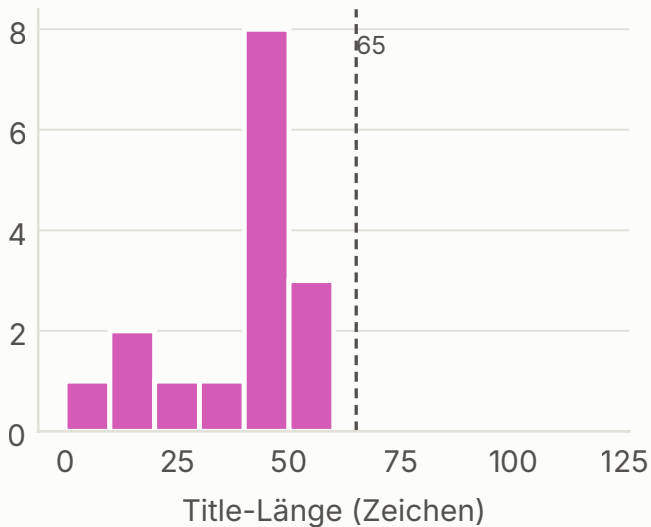
SEO-013 · Seiten ohne Canonical-Link

P3 ● niedrig Regel

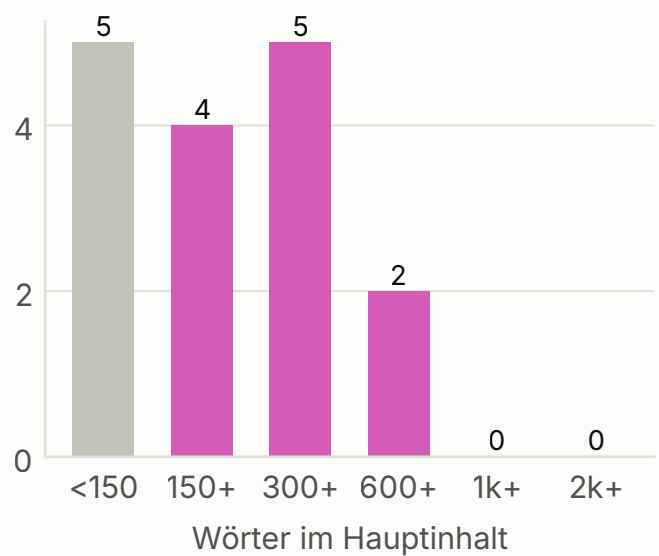
2 betroffen · 2 von 16 Seiten

Lösung: Ergänzen Sie auf jeder indexierbaren Seite ein selbstreferenzierendes rel=canonical. [Quelle](#)[/watchlist](#) · [/auth](#)

OnPage 92



Title-Länge. Die Marke 65 ist eine Darstellungskonvention, keine Regel.



Wörter im Hauptinhalt je Seite. Die Marke 150 ist ein Warnsignal, kein Rankingfaktor.

Maßnahmen

SEO-006 · Doppelte Titles über mehrere Seiten

P2

mittel

Regel

Quick Win

2 betroffen · 1 Titles werden von mehreren Seiten geteilt

Lösung: Geben Sie jeder Seite einen Title, der sie von den anderen unterscheidet. [Quelle](#)

/auth · /watchlist

SEO-010 · Übersprungene Überschriftenebenen

P3

niedrig

Regel

Heuristik

1 betroffen · 1 Seite überspringen eine Überschriftenebene

Lösung: Verschachteln Sie Überschriften der Reihe nach (H2 unter H1, H3 unter H2). [Quelle](#)

/cockpit

SEO-011 · Hauptüberschriften, die das Thema nicht nennen

P3

niedrig

Inhaltsprüfung

1 zu prüfen

Heuristik

1 betroffen · TechPirat-Wert P(H1 nennt das Thema) im Schnitt 0.36 (0 schlechter, 1 bester Wert) auf 1 Seite: /cockpit

Lösung: Lassen Sie die H1 das Thema der Seite nennen statt eines Slogans. [Quelle](#)

/cockpit

SEO-014 · Doppelte Meta-Descriptions

P3

niedrig

Regel

2 betroffen · 1 Beschreibung werden von mehreren Seiten geteilt

Lösung: Schreiben Sie für jede Seite eine eigene Beschreibung. [Quelle](#)

/auth · /watchlist

SEO-015 · Sehr kurze oder sehr lange Titles

P3

niedrig

Regel

Heuristik

1 betroffen · 9 Zeichen

Lösung: Formulieren Sie einen knappen, beschreibenden Title. Google kürzt nach Pixelbreite, es gibt also kein festes Limit; 15 bis 65 Zeichen sind eine Darstellungskonvention. [Quelle](#)

/impressum

BEFUNDE · INHALTSQUALITÄT

Inhaltsqualität 76

Maßnahmen

SEO-004 · Wichtige Seiten zeigen wenig Expertise und Vertrauenswürdigkeit

P2

mittel

Inhaltsprüfung

4 betroffen · TechPirat-Wert Vertrauen im Schnitt 0.32 (0 schlechtesten, 1 besten Wert) auf 4 Seiten

Lösung: Ergänzen Sie, wo es Lesern hilft, namentlich genannte Personen, Qualifikationen, Bewertungen, Quellen, Ergebnisse und Kontaktdaten. [Quelle](#)

/suche · /cockpit · /tagesbilanz · /ratgeber

SEO-005 · Seiten mit sehr wenig Hauptinhalt

P2

mittel

Regel

Heuristik

3 betroffen · /suche: 111 Wörter; /cockpit: 140 Wörter; /tagesbilanz: 100 Wörter

Lösung: Erweitern Sie Seiten, die ranken sollen, um Inhalte, die Besucher brauchen, oder legen Sie sie zusammen. Die Wortzahl ist ein Warnsignal, kein Rankingfaktor. [Quelle](#)

/suche · /cockpit · /tagesbilanz

BEFUNDE · STRUKTURIERTE DATEN UND TEILEN

Strukturierte Daten und Teilen 94

Maßnahmen

SEO-002 · Lokales Unternehmen ohne strukturierte LocalBusiness-Daten

P2

mittel

Inhaltsprüfung

1 zu prüfen

1 betroffen · Bedient ein lokales Gebiet P(ja) 0.76; Schema der Startseite: offer webapplication website

Lösung: Ergänzen Sie LocalBusiness-JSON-LD mit Name, Adresse, Telefon und Öffnungszeiten passend zur Seite. [Quelle](#)

/

Fit für KI-Suche 81

Wer die Website crawlen darf (robots.txt, geprüft für 12 User-Agents)

✓ Googlebot SUCHE	✓ Bingbot SUCHE	✓ GPTBot KI	✓ OAI-SearchBot KI	✓ ChatGPT-User KI	✓ ClaudeBot KI
✓ Claude-SearchBot KI	✓ PerplexityBot KI	✓ Google-Extended KI	✓ Applebot-Extended KI	✓ CCBot KI	
✓ Bytespider KI	- llms.txt OPTIONAL				

Maßnahmen

SEO-009 · AI Overviews, die die Website nicht zitieren

P2

● niedrig

Marktdaten

Heuristik

2 betroffen · benzinpreise vergleichen (Website rankt nicht; AI Overview zitiert adac.de, da-direkt.de, swr.de); spritpreise heute (Website rankt nicht; AI Overview zitiert adac.de, clever-tanken.de, kn-online.de)

Lösung: Prüfen Sie, wer heute zitiert wird, und sorgen Sie dafür, dass die Seite die Suchanfrage direkt beantwortet. Laut Google gibt es für AI Overviews keine Anforderungen über die normale Eignung für die Suche hinaus. [Quelle](#)
/

SEO-012 · Seiten, die die Kernaussage verstecken

P3

● niedrig

Inhaltsprüfung

1 zu prüfen

Heuristik

1 betroffen · TechPirat-Wert P(beginnt mit der Kernaussage) im Schnitt 0.49 (0 schlechtester, 1 bester Wert) auf 1 Seite: /info

Lösung: Beginnen Sie mit einer Antwort oder einem Angebot in ein bis zwei Sätzen, vor jeder Einleitung. Redaktionelle Heuristik für Leser und Antwortmaschinen, keine Google-Anforderung. [Quelle](#)
/info

Sicherheit und Vertrauen 98

Maßnahmen

SEO-008 · Übliche Sicherheits-Header fehlen

P2

● niedrig

Regel

1 betroffen · Fehlt in der Antwort der Startseite: x-content-type-options, referrer-policy, x-frame-options oder CSP frame-ancestors

Lösung: Ergänzen Sie die fehlenden Header: x-content-type-options, referrer-policy, x-frame-options oder CSP frame-ancestors. [Quelle](#)
/

Sichtbarkeit und Autorität

Maßnahmen

SEO-003 · Relevante Keywords, die eine bestehende Seite gewinnen

P2

● mittel

Marktdaten

22 zu prüfen

könnte

32 betroffen · wann günstig tanken (12,100/Monat, Schwierigkeit 0) → /ratgeber/wann-tanken-am-guenstigsten; günstig diesel-tanken (9,900/Monat, Schwierigkeit 12) → /ratgeber/diesel-guenstig-tanken; günstig tankstelle in der nähe (9,900/Monat, Schwierigkeit 27) → /ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe; günstig tanken e10 in der nähe (9,900/Monat, Schwierigkeit 30) → /suche; dieselpreise kiel (6,600/Monat, Schwierigkeit 0) → /suche; billiger tanken diesel (6,600/Monat, Schwierigkeit 15) → /ratgeber/diesel-guenstig-tanken

Lösung: Erweitern Sie die genannte Seite um das Suchbedürfnis jedes Keywords und verlinken Sie sie von verwandten Seiten.

/ · /info · /ratgeber · /ratgeber/diesel-guenstig-tanken · /ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe · /ratgeber/wann-tanken-am-guenstigsten · +26 weitere

Seitenübersicht

SEITE	TIEFE	WÖRTER	EIN	TYP	INTENTION	WICHT.	MASSNAHME
/	0	193	15	Startseite	lokal	1.00	behalten oder verbessern
/auth	1	94	15	–	–	–	–
/cockpit	1	140	15	Produkt oder Leistung	informierend	0.89	behalten oder verbessern
/datenschutz	1	620	15	Rechtliches	informierend	0.05	behalten oder verbessern
/impressum	1	171	15	Rechtliches	navigierend	0.01	neu schreiben
/info	1	494	15	Artikel oder Ratgeber	informierend	0.72	behalten oder verbessern
/kontakt	1	188	15	Kontakt oder Standort	navigierend	0.20	behalten oder verbessern
/ratgeber	1	245	15	Artikel oder Ratgeber	informierend	0.66	behalten oder verbessern
/ratgeber/cockpit-und-tagesbilanz	1	545	10	Artikel oder Ratgeber	informierend	0.65	behalten oder verbessern
/ratgeber/diesel-guenstig-tanken	1	566	6	Artikel oder Ratgeber	informierend	0.67	behalten oder verbessern
/ratgeber/guenstig-tanken-in-der-naehe	1	557	7	Artikel oder Ratgeber	lokal	0.70	behalten oder verbessern
/ratgeber/wann-tanken-am-guenstigsten	1	697	6	Artikel oder Ratgeber	informierend	0.72	behalten oder verbessern
/suche	1	111	15	Produkt oder Leistung	lokal	1.00	behalten oder verbessern
/tagesbilanz	1	100	15	Produkt oder Leistung	informierend	0.67	behalten oder verbessern
/ueber-uns	1	341	15	Über uns oder Team	informierend	0.53	behalten oder verbessern
/watchlist	1	102	15	–	–	–	–

Methode, Quellen und Grenzen

Formeln

Bereichswert startet bei 100 und zieht je Befund einen Schweregrad-Abzug ab (kritisch 25, hoch 12, mittel 6, niedrig 2, Info 0) mal $(0,5 + 0,5 \times \text{Anteil betroffener Seiten})$. Websiteweite Befunde zählen mit vollem Anteil. Inhaltsqualität und KI-Eignung mischen 70 % nach Wichtigkeit gewichtete Inhaltsbewertung mit 30 % Regeln. Performance mischt 50 % mobile Performance mit 50 % Crawl-Beobachtungen.

Gesamtscore ist das gewichtete Mittel der bewerteten Bereiche (Gewichte in der Scorecard). Unbewertete Bereiche fallen heraus und zählen nie als null. Eine gesperrte Website ist auf 20 begrenzt, eine ohne zuverlässiges HTTPS auf 60.

Wirkung = Schweregrad-Gewicht (kritisch 10, hoch 6, mittel 3, niedrig 1) $\times (0,6 + 0,4 \times \text{Reichweite}) \times (0,6 + 0,8 \times \text{höchste Wichtigkeit der betroffenen Seiten})$, skaliert, sodass der größte Wert 100 ist. **Priorität:** P1 bei kritisch oder bei hoch mit Wirkung ab 40; P2 bei Wirkung ab 30 oder jedem „hoch“; sonst P3. **Quick Win:** Wirkung ab 35 bei Aufwand von Stunden.

Inhaltsbewertungen sind Einschätzungen, keine Messungen; eine eindeutige Antwort ist nicht zwingend eine richtige.

Grenzen

- Der Crawl umfasste 16 URLs. Befunde zu verwaisten Seiten und Klicktiefe sehen nur Links auf gecrawlten Seiten.
- Rankings, Keywords und Backlinks stammen aus Marktdatenbanken, nicht aus der Search Console oder Analytics. Nichts hier misst tatsächliche Besuche oder Umsatz.
- Laborwerte schwanken zwischen Läufen. Felddaten gibt es nur für Websites mit genug Nutzertraffic.
- Als Heuristik markierte Regeln sind redaktionelle Konventionen, keine Anforderungen von Suchmaschinen.

Quellen

developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features
developers.google.com/search/docs/appearance/snippet
developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/intro-structured-data
developers.google.com/search/docs/appearance/title-link
developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/block-indexing

developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/consolidate-duplicate-urls
developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/javascript/javascript-seo-basics
developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content
developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide
owasp.org/projects/secure-headers-project

Erstellt am 2026-10-10 18:55. Crawl gestartet 2026-10-04T14:01:16+00:00.