

# Webseiten-Check: GET Anlagentechnik

Auffindbarkeit in Google und KI-Suche, Darstellung im Suchergebnis, Befunde und Verbesserungsvorschläge

Untersuchte Domain: <https://www.get-anlagentechnik.de/> · Stand: 29. Oktober 2026

## 1. Kurzfazit

- Die Marke ist außerhalb ihres Namens praktisch nicht sichtbar. Weder die Markenabfrage noch die Abfrage „E-Check Haan“ lieferten die eigene Domain unter den Top-Treffern. Gefunden wird die Firma über Drittportale (ein Bewertungsportal mit 6 Bewertungen).
- Die Leistungen sind nicht als eigene Seiten auffindbar. E-Check, Elektroinstallation, Schaltanlagenbau, Reparatur und Meldeanlagen liegen auf einer einzigen URL (/leistungen/) und sind nur über Anker erreichbar. Google kann dafür kein eigenes Ranking aufbauen.
- Ortsbezug fehlt inhaltlich. „Haan“ steht nur in Adresse und Fußzeile. Keine Ortsseite, keine Aussage zum Servicegebiet, keine lokalen Referenzen.
- Die technische Basis ist brauchbar (HTTPS, Canonical, Viewport, Impressum und Datenschutz vorhanden). Das Problem liegt bei Inhalt, Struktur und Belegen, nicht bei der Technik.
- Die Vertrauenssignale sind da, aber verstreut und teils nicht belastbar. 21 Jahre Erfahrung, 615 Projekte, drei Meister, Siemens als Partner, Zertifizierungshinweis. Gleichzeitig stehen dort unbelegte Absolutaussagen wie „0 Unfälle mit Stromschlägen“.
- Gesamtnote: 3,4 von 10 (eher schwach). Das Unternehmen hat die Substanz, verkauft sie aber nicht. Die Website wirkt wie eine Visitenkarte, nicht wie eine Vertriebsfläche.

| Bereich                        | Bewertung | Kurzbegründung                                                                                                                     |
|--------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Technische Basis               | Mittel    | HTTPS, Canonical, Viewport, robots-Meta vorhanden. WordPress 6.1.x ist veraltet, Update prüfen.                                    |
| Inhalt und Leistungsseiten     | Schwach   | Alle Leistungen auf einer URL, dünner Text, E-Check-Absatz doppelt, Duplikate.                                                     |
| Lokale Auffindbarkeit (Haan)   | Schwach   | Keine Ortsseite, kein Servicegebiet, wenig Bewertungen, eigene Domain in lokalen Suchen nicht sichtbar.                            |
| Markenauffindbarkeit           | Schwach   | Name „GET Anlagentechnik“ ist generisch. Suchbegriff „Anlagentechnik“ wird von Stellenportalen dominiert.                          |
| Vertrauen und Belege (E-E-A-T) | Mittel    | Kennzahlen, Meisterbetrieb und Inhaber vorhanden. Viele Aussagen unbelegt, Zertifikat nicht nachvollziehbar, Referenzen ohne Text. |
| KI-Auffindbarkeit (Proxy)      | Schwach   | Zu wenig zitierbare Fakten und Fremdbestätigung außerhalb der eigenen Seite.                                                       |
| Darstellung im Google-Snippet  | Schwach   | Title 128 Zeichen, ohne Leistungs- oder Ortsbegriff. Meta-Description nicht erkennbar.                                             |

Die Noten sind eine fachliche Einschätzung auf Basis der unten genannten Abfragen, keine gemessene Metrik.

## 2. Was geprüft wurde und was nicht

- Vollständig abgerufen: Startseite, Leistungsseite (/leistungen/), Seite „Über uns“ (Inhalt, Struktur, Links, Kontaktdaten).
- Suchabfragen: vier Abfragen zu Marke, Ort und Leistung über die Websuche. Das ist nicht identisch mit einer Live-Google-Suche mit Standort Haan. Die Ergebnisse zeigen Tendenzen, keine exakten Rankings.
- Nicht geprüft oder nicht erreichbar: Sitemap (nicht freigegeben), Impressum, Datenschutz, Kontakt und Karriere im Detail, Meta-Description und Schema.org-Markup im Quellcode, Ladezeiten (PageSpeed, Core Web Vitals), Backlink-Profil, Google-Unternehmensprofil (Status nicht prüfbar), Live-Tests in ChatGPT, Perplexity und Google AI Overviews.
- Wichtig: Die Punkte im Abschnitt „Nicht prüfbar“ sind keine Mängel, sondern offene Fragen. Die Checkliste in Abschnitt 8 erklärt, wie man sie in fünf Minuten klärt.

### 3. Darstellung im Google-Suchergebnis

| Element                                | Ist-Zustand                                                                                                                                          | Bewertung     | Wirkung im Snippet                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title-Tag                              | „GET Anlagentechnik – Ihr professioneller Partner für die Planung, Ausführung, Dokumentation und Wartung von elektrischen Anlagen“ (ca. 128 Zeichen) | Schwach       | Google kürzt bei ca. 55-60 Zeichen. Angezeigt wird ungefähr „GET Anlagentechnik – Ihr professioneller Partner für die Planung, ...“. Die Begriffe E-Check und Haan fehlen. |
| Meta-Description                       | Im abgerufenen Inhalt nicht sichtbar                                                                                                                 | Nicht prüfbar | Fehlt sie, baut Google den Snippet aus Seitentext, oft aus Menü oder Fußzeile. Das wirkt beliebig.                                                                         |
| URL                                    | https://www.get-anlagentechnik.de /                                                                                                                  | Gut           | Kurz, sauber, markenbezogen.                                                                                                                                               |
| Überschrift H1 Startseite              | Im Extrakt nicht eindeutig als H1 erkennbar (Slogan steht als H2)                                                                                    | Mittel        | Google nutzt H1 als Themensignal. Der Slogan „Konditionen ... attraktiv“ ist unklar formuliert.                                                                            |
| H1 Leistungsseite                      | „Professionelle Umsetzung hochkomplexer Schaltpläne dank modernster Technik“                                                                         | Schwach       | Das Thema der Seite ist EPlan, nicht die Leistungen. Die Seite rankt daher nicht für E-Check oder Elektroinstallation.                                                     |
| Rich Results (Sterne, FAQ, Breadcrumb) | Nicht erkennbar                                                                                                                                      | Schwach       | Kein Bewertungs- oder Organisations-Markup sichtbar. Dadurch fehlt Snippet-Zusatzinfo.                                                                                     |
| Sitelinks bei Markensuche              | Nicht zu erwarten                                                                                                                                    | Schwach       | Sitelinks entstehen bei ausreichend Autorität und klarer Seitenstruktur. Beides ist aktuell schwach.                                                                       |
| Local Pack (Google Maps)               | Nicht geprüft                                                                                                                                        | Nicht prüfbar | Entscheidend für „Elektriker Haan“ oder „E-Check Haan“. In den Verzeichnissen treten weitere Haaner Elektrobetriebe auf, zum Beispiel Dettki & Friese in Haan.             |

#### Vorschlag für Title und Meta-Description der Startseite:

Title (ca. 48 Zeichen): Elektrofachbetrieb in Haan | GET Anlagentechnik

Meta-Description (ca. 160 Zeichen): Elektrofachbetrieb in Haan: DGUV-V3-Prüfung (E-Check), Elektroinstallation, Schaltanlagenbau und Kundendienst. Meisterbetrieb mit 24 Mitarbeitern. Jetzt anfragen.

### 4. Auffindbarkeit: Suchtest

Vier Abfragen mit Blick auf Marke, Ort und Leistung. Ergebnis: Die eigene Domain erschien in keiner der Abfragen unter den Top-Treffern.

| Suchabfrage                                       | Eigene Domain in Top-Treffern? | Was stattdessen erscheint                                                                               |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| „get-anlagentechnik.de Anlagentechnik“            | Nein                           | Stellenportale, Wieland Anlagentechnik (anderes Unternehmen), Wörterbuch-Einträge                       |
| „GET Anlagentechnik Haan Elektro“                 | Nein                           | Bewertungsportal werkenntdenbesten (5,0 aus 6 Bewertungen, Platz 5 Elektriker in Haan), Stellenanzeigen |
| „E-Check Haan Elektrofachbetrieb DGUV V3 Prüfung“ | Nein                           | Fachartikel, Anbieter aus Berlin, Braunschweig und Wolfsburg, Verbandsartikel                           |
| „Elektro- und Anlagentechniker E-Check“           | Nein                           | Stellenanzeigen, Verzeichnisse, Jobbörsen                                                               |

- Der Begriff „Anlagentechnik“ allein ist nicht gewinnbar. Jobbörsen und Unternehmen mit gleichem Begriff dominieren die Ergebnisse. Die Strategie muss auf Leistung plus Ort aufgebaut sein, zum Beispiel „DGUV V3 Prüfung Haan“ oder „Elektrofachbetrieb Haan“.
- Die Marke ist generisch und kurz. „GET“ hat für Suchmaschinen keine eindeutige Bedeutung. Der Markenaufbau braucht daher Fremdnennungen mit dem vollständigen Namen plus Ort und Leistung.

- Konkurrenz im Raum Haan ist in Verzeichnissen sichtbar: Dettki & Friese (Haan), Karaiskos Elektrotechnik, RS Elektrotechnik, M4 Elektroservice und Elektro Touch aus Mettmann. Wer dort mit klaren Leistungsseiten auftritt, gewinnt die Sichtbarkeit.

## 5. KI-Auffindbarkeit

KI-Systeme mit Websuche (ChatGPT, Perplexity, Google AI Overviews) zitieren Seiten, die klar strukturiert sind, belegbare Fakten enthalten und außerhalb der eigenen Domain bestätigt werden. Die Website erfüllt diese drei Punkte derzeit nur teilweise. Einen direkten Test in den KI-Systemen habe ich nicht durchgeführt. Die folgende Einschätzung basiert auf den Suchergebnissen und dem Inhalt der Seite.

- Zu wenig zitierbarer Inhalt: Die Seite erklärt nicht, was E-Check bzw. DGUV-V3-Prüfung konkret umfasst, wie oft geprüft werden muss, was ein Prüfprotokoll enthält oder was es kostet. Solche Fragen stellen Nutzer an KI-Systeme, und die Antwort kommt von Seiten, die das erklären.
- Keine Fremdbestätigung: Außerhalb der eigenen Seite fand ich ein Bewertungsportal mit 6 Bewertungen, Facebook, Instagram und Stellenanzeigen. Keine Fachpresse, keine Innungs- oder Kammerseite, keine Branchenbuch-Einträge in der Suche.
- Positiv: Name, Adresse und Telefonnummer sind konsistent über die Seiten und im Footer. Das ist die Grundlage für eine eindeutige Entität.
- Einschränkung: Die E-Mail-Adresse ist per Cloudflare-Schutz verschleiert. Für Nutzer ist sie klickbar, für automatisierte Auslesung nicht.

Empfehlung: Sechs bis zehn Prompts monatlich in drei KI-Systemen testen und dokumentieren, siehe Abschnitt 8. So sieht man, ob sich die Maßnahmen auswirken.

## 6. Befunde im Detail

| Bereich                                 | Befund                                                                                                                                                                                                                                | Bewertung |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| HTTPS und Canonical                     | https mit Canonical auf www-Version gesetzt.                                                                                                                                                                                          | Gut       |
| Viewport / Mobile                       | Viewport gesetzt. Darstellung auf dem Smartphone nicht visuell geprüft.                                                                                                                                                               | Gut       |
| CMS-Version                             | WordPress 6.1.x (Homepage 6.1.16, Leistungsseite 6.1.15 laut Meta-Generator). Die Version ist veraltet.                                                                                                                               | Mittel    |
| Interne Links auf altes Subdomain-Setup | Die Startseite verlinkt auf <a href="http://2019.get-anlagentechnik.de/">http://2019.get-anlagentechnik.de/</a> (Seiten „Mehr über uns“ und „Unsere Leistungen“). Das zersplittet Linkkraft und kann alte Inhalte indexierbar machen. | Kritisch  |
| Seitenstruktur                          | Nur fünf Hauptseiten. Keine Unterseiten für einzelne Leistungen, keine Ortsseiten, kein Blog.                                                                                                                                         | Kritisch  |
| Leistungsseite                          | Fünf Leistungen auf einer URL, nur über Anker (#echeck, #elektroinstallation usw.). Die H1 handelt von EPlan.                                                                                                                         | Kritisch  |
| Menüpunkt „Meldeanlagen“                | Verlinkt auf #meldeanlagen. Im Textauszug ist dafür kein eigener Abschnitt erkennbar.                                                                                                                                                 | Mittel    |
| Duplicate Content                       | Der E-Check-Absatz „Er stellt den einwandfreien Betrieb ...“ steht zweimal. Auch der Textblock zu Prüfungen und Versicherungen wiederholt sich.                                                                                       | Mittel    |
| Textumfang                              | Insgesamt dünn. Der E-Check-Abschnitt umfasst grob 300 Wörter inklusive Doppelungen (Schätzung).                                                                                                                                      | Schwach   |
| Absolute Aussagen                       | „0 Unfälle mit Stromschlägen“ (Über uns). Das ist nicht belegt und bei Wettbewerbsaussagen angreifbar. Ein „Nullwert“ hält einer Prüfung nicht stand.                                                                                 | Kritisch  |
| Unbelegte Versprechen im E-Check-Text   | „bis zu 50 % weniger Energie“, „immer mehr Versicherungen bieten Prämienvorteile“, „Mitverschuldung durch grobe Fahrlässigkeit“. Ohne Quelle wirken diese Aussagen wie Werbung und schwächen die Glaubwürdigkeit.                     | Schwach   |
| Zertifizierung                          | „vom TÜV zertifizierter Fachbetrieb nach § 19 I WHG“. Der Bezug zum WHG passt nicht offensichtlich zu Elektro-Leistungen. Kein Zertifikat als Bild oder Dokument, kein Ausstellungsdatum.                                             | Schwach   |

| Bereich                          | Befund                                                                                                                                                        | Bewertung     |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Referenzen und Partner           | Abschnitte „Ein kleiner Überblick zufriedener Kunden“ und „Unsere Partner“ enthalten im Text keine Namen, vermutlich nur Logos. Siemens wird im Text genannt. | Mittel        |
| Alt-Texte                        | „GET ANlagentechnik e-check“ (Tippfehler), Hero-Bild „GET Anlagenbau“ (falscher Begriff). Beides bestätigt nicht das Kernthema.                               | Mittel        |
| Bilder und Optik                 | Fotos aus 2015, Logo aus 2019. Die Seite wirkt älter, als das Unternehmen ist.                                                                                | Mittel        |
| CTA und Kontakt                  | Ein CTA „Interesse? Fragen Sie uns“ auf der Leistungsseite, sonst nur Textlinks. Telefonnummer nur im Footer.                                                 | Mittel        |
| Schema.org / strukturierte Daten | Nicht erkennbar. Kein LocalBusiness-, ElectricalContractor- oder FAQ-Markup im Extrakt.                                                                       | Nicht prüfbar |
| Ratgeber / Blog                  | Nicht vorhanden.                                                                                                                                              | Kritisch      |
| Karriere                         | Aktive Stelle „Elektroniker/in für Energie und Gebäudetechnik (m/w/d)“. Gut für Recruiting-Sichtbarkeit, zeigt Betriebsgröße (24 Mitarbeiter).                | Gut           |
| Impressum / Datenschutz          | Verlinkt. Inhalt nicht geprüft.                                                                                                                               | Nicht prüfbar |

## 7. Verbesserungsvorschläge, priorisiert

### Phase 1: Quick Wins (0 bis 14 Tage)

| Nr. | Maßnahme                                                                                                                                                             | Warum                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1   | Title und Meta-Description der Startseite ersetzen (Vorschlag siehe Abschnitt 3).                                                                                    | Erste Chance, im Snippet Leistung und Ort zu zeigen. |
| 2   | H1 der Leistungsseite auf das Oberthema setzen, zum Beispiel „Elektrotechnische Leistungen für Betriebe in Haan“. EPlan in den Schaltanlagen-Abschnitt verschieben.  | Das Dokument muss zum Suchbegriff passen.            |
| 3   | Doppelten E-Check-Absatz entfernen. Unbelegte Zahlen und Aussagen (0 Unfälle, 50 %, Prämien) belegen oder streichen.                                                 | Glaubwürdigkeit und rechtliche Sicherheit.           |
| 4   | Interne Links von 2019.get-anlagentechnik.de und http:// auf die https-Startseite umstellen. Alte Subdomain per 301 auf die Hauptdomain umleiten.                    | Linkkraft bündeln, keine Duplikate.                  |
| 5   | Alt-Texte korrigieren (Tippfehler, Begriffe). Jedes Bild bekommt eine beschreibende Alt-Beschreibung.                                                                | Bildsuche und Barrierefreiheit.                      |
| 6   | Google Unternehmensprofil beanspruchen oder optimieren: Kategorie Elektriker bzw. Elektroinstallation, alle Leistungen, Fotos, Öffnungszeiten, Beschreibung mit Ort. | Grundlage für das Local Pack in Haan.                |
| 7   | Bewertungsanfragen starten: Kunden nach Abschluss um eine Google-Bewertung bitten (Link im Angebot oder per SMS).                                                    | Von 6 Bewertungen auf deutlich mehr kommen.          |
| 8   | Search Console und Bing Webmaster einrichten, Sitemap einreichen, Indexierung der Subdomain prüfen.                                                                  | Ohne Daten keine gezielte Steuerung.                 |
| 9   | WordPress-Update auf aktuelle Version und Plugin-Check.                                                                                                              | Sicherheit und Ladezeit.                             |

### Phase 2: Struktur und Lokalbezug (15 bis 60 Tage)

| Nr. | Maßnahme                                                                                                                                                                                                                               | Warum                                                                          |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 10  | Eigene Seiten je Leistung: DGUV-V3-Prüfung (E-Check), Elektroinstallation für Gewerbe, Schaltanlagenbau, Reparatur und Lieferung von Elektromaschinen, Meldeanlagen. Jeweils 400 bis 700 Wörter, eigener Title, eigene H1, eigene URL. | Jede Leistung wird ein Ranking-Ziel. Anker reichen dafür nicht.                |
| 11  | Ortsseite „Elektrofachbetrieb Haan“ mit Leistungen vor Ort, Anfahrt, Einsatzgebiet. Nur Orte nennen, die tatsächlich bedient werden.                                                                                                   | Der stärkste Hebel für lokale Suche. Die Servicegebiete müssen belastbar sein. |

| Nr. | Maßnahme                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Warum                                                                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 12  | FAQ-Abschnitt auf der E-Check-Seite mit präzisen Antworten, zum Beispiel: Was ist der Unterschied zwischen E-Check und DGUV-V3-Prüfung? Wie oft muss geprüft werden? Was steht im Prüfprotokoll? Was passiert ohne Prüfnachweis? Zusätzlich FAQPage-Markup, wo es passt. Fristen als Abhängigkeit von Betriebsart und Gefährdungsbeurteilung formulieren. | Genau diese Fragen stellen Nutzer an KI-Systeme. Antworten mit Quelle werden zitiert. |
| 13  | Verzeichniseinträge mit identischem Namen, Adresse und Telefonnummer (NAP): Das Örtliche, Gelbe Seiten, 11880, Handwerkskammer, zuständige Innung, Fachbetrieb-Portale.                                                                                                                                                                                   | Fremdbestätigung der Entität. Die Suche fand dazu aktuell nichts.                     |
| 14  | Referenzen mit Text: Projekt, Ort, Leistung, Jahr. Namen nur mit Zustimmung des Kunden. Partner-Logos mit Alt-Text und Erläuterung.                                                                                                                                                                                                                       | Belegt die Aussagen zu 615 Projekten mit Beispielen.                                  |
| 15  | Zertifikat (TÜV, WHG oder Elektro-Innung) als Bild mit Ausstellungsdatum, mit Erläuterung, wofür es gilt.                                                                                                                                                                                                                                                 | Vertrauen und Klarheit zum Leistungsbild.                                             |

### Phase 3: Autorität und Pflege (ab 60 Tage)

| Nr. | Maßnahme                                                                                                                                                                                                                                                  | Warum                                                          |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 16  | Drei bis fünf Ratgeberartikel: Wie oft müssen Betriebsmittel nach DGUV V3 geprüft werden? Was kostet eine Prüfung (Preisspanne ergänzen, falls kommuniziert)? Welche Unterlagen braucht der Betreiber für den Versicherer? Quellen: DGUV, BetrSichV, VDE. | Informationsfragen sind der Einstieg für KI-Systeme und Suche. |
| 17  | Über-uns-Seite mit Gesichtern, Qualifikationen der drei Meister und der Geschäftsleitung. Person mit Foto und Funktion nennen.                                                                                                                            | E-E-A-T: Wer steckt dahinter, ist belegbar.                    |
| 18  | Bewertungsstrategie verstetigen: monatlich Bewertungen einsammeln, öffentlich beantworten.                                                                                                                                                                | Sichtbarkeit im Local Pack und Vertrauen.                      |
| 19  | Monatlicher Sichtbarkeitscheck: Suchanfragen mit Ort, Google Maps, drei KI-Systeme (Abschnitt 8).                                                                                                                                                         | Wirkung messen statt raten.                                    |
| 20  | Technik: Bilder komprimieren und in modernen Formaten ausliefern, Core Web Vitals messen und optimieren.                                                                                                                                                  | Ladezeit ist Rankingfaktor und Nutzersignal.                   |

## 8. Beispiele und Checklisten

### Title und H1 für die E-Check-Seite (Vorschlag):

Title: E-Check und DGUV-V3-Prüfung in Haan | GET Anlagentechnik (ca. 55 Zeichen)

H1: DGUV-V3-Prüfung (E-Check) für Betriebe in Haan [Servicegebiet vorher bestätigen]

### Schema.org-Beispiel (JSON-LD) für die Startseite. Platzhalter in eckigen Klammern vor dem Einbau prüfen:

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "ElectricalContractor",
  "name": "GET Anlagentechnik",
  "url": "https://www.get-anlagentechnik.de/",
  "telephone": "+49 2129 91586-0",
  "email": "[E-Mail aus Impressum]",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "Schallbruch 69",
    "postalCode": "42781",
    "addressLocality": "Haan",
    "addressCountry": "DE"
  },
  "areaServed": ["Haan", "[weitere bediente Orte]"],
  "sameAs": [
    "https://www.facebook.com/people/GET-Anlagentechnik/61556743662275/",
    "https://www.instagram.com/get_anlagentechnik/",
    "[Link zum Bewertungsportal oder Google-Profil]"
  ]
}
```

## Prompts für den KI-Test (monatlich, in drei Systemen):

- „Wer macht E-Check bzw. DGUV-V3-Prüfungen in Haan?“
- „Elektrofachbetrieb in Haan mit Schaltanlagenbau?“
- „Was kostet eine DGUV-V3-Prüfung für einen kleinen Betrieb im Raum Düsseldorf?“
- „Was ist der Unterschied zwischen E-Check und DGUV V3?“
- „Ist GET Anlagentechnik in Haan seriös?“ (zeigt, was über die Firma gefunden wird)
- Dokumentieren: Wird die Firma genannt? Mit welcher URL? Welche Aussagen werden zitiert? Welche Konkurrenten erscheinen?

## Manuelle Prüfung in fünf Minuten (Google, eingeloggt im Browser mit Standort Haan):

- „E-Check Haan“, „DGUV V3 Prüfung Haan“, „Elektriker Haan“ im Inkognito-Modus. Rang, Local Pack, Snippet notieren.
- Meta-Description im Quelltext (Rechtsklick, Seitenquelltext, nach „description“ suchen).
- Schema.org prüfen mit dem Rich-Results-Test von Google.
- Sitemap aufrufen: /sitemap.xml oder /sitemap\_index.xml. Zählen, welche Seiten indexiert sind.
- Google Unternehmensprofil suchen: „GET Anlagentechnik Haan“. Status, Kategorie, Bewertungen, letzte Beiträge prüfen.
- Impressum und Datenschutz lesen: Vollständigkeit, Geschäftsführer, Registernummer, Aufsichtsbehörde.
- PageSpeed Insights für Mobile und Desktop laufen lassen.

## 9. Offene Fragen an den Kunden

- Tatsächliches Servicegebiet (Städte und Landkreis)?
- Gibt es ein Google-Unternehmensprofil, und wer hat Zugang?
- Zugang zur Search Console und zum Quellcode, damit Meta-Description und Schema geprüft werden können.
- Welche Zertifizierung besteht genau (Aussteller, Datum, Geltungsbereich)?
- Ist die Zahl „0 Unfälle mit Stromschlägen“ dokumentiert? Wenn nein, streichen.
- Gibt es Preisspannen, die kommuniziert werden dürfen?
- Erlaubnis zur Veröffentlichung von Referenzen mit Namen und Ort?

## 10. Fazit

Die Firma hat echte Stärken: lange Erfahrung, Meisterbetrieb, Ausbildung, eine klare Adresse in Haan und eine Leistung (DGUV V3), die jedes Gewerbe braucht. Die Website nutzt das nicht. Die Leistungen sind unsichtbar, der Ort fehlt, die Belege sind lückenhaft. Wer Phase 1 umsetzt, verbessert die Darstellung in zwei bis vier Wochen. Phase 2 entscheidet, ob die Firma im Raum Haan bei Anfragen zur DGUV-V3-Prüfung überhaupt vorkommt.