



# Website-Qualitätsbericht

Professionelle Analyse der Website-Qualität für Geschäftsinhaber von seitly

**autohaus-listle.de**

Bericht generiert: August 2025

## Executive Summary

Diese Analyse bewertet die Qualität Ihrer Website basierend auf 25 wichtigen Kriterien. Ihre Website erreicht eine Gesamtbewertung von **68/100 Punkten**.

Basierend auf den Ergebnissen empfehlen wir eine **hohe** Priorität für Website-Optimierungen. Die identifizierten Verbesserungen könnten Ihre Conversion-Rate erheblich steigern und das Vertrauen Ihrer Kunden stärken.

**68/100**

GESAMTBEWERTUNG

**Hoch**

VERBESSERUNGS-PRIORITÄT

**17**

CHECKS BESTANDEN

**9**

FEHLGESCHLAGEN

## Detaillierte Prüfergebnisse

25 Qualitätskriterien wurden analysiert

### HTTPS Aktiviert

 **BESTANDEN**

Website verwendet sicheres HTTPS-Protokoll

#### WICHTIGKEIT

HTTPS verschlüsselt alle Daten zwischen Website und Besuchern. Ohne HTTPS warnen moderne Browser vor Ihrer Website und Google bestraft Sie im Ranking.

#### PUNKTE

5/5

#### SCHWEREGRAD

Kritisch

#### TYP

Browser-Check

#### AKTUELLER ZUSTAND

HTTPS ist aktiviert

### Responsive Design

 **BESTANDEN**

Website passt sich an mobile Geräte an

#### WICHTIGKEIT

Über 60% aller Website-Besuche kommen von mobilen Geräten. Ohne mobile Optimierung verlieren Sie die Mehrheit Ihrer Kunden.

#### PUNKTE

5/5

#### SCHWEREGRAD

Kritisch

#### TYP

Browser-Check

#### AKTUELLER ZUSTAND

Viewport: width=device-width, initial-scale=1

### Moderne Technologie

 **BESTANDEN**

Verwendet moderne Web-Technologien und Frameworks

#### WICHTIGKEIT

Moderne Technologien machen Ihre Website schneller, sicherer und wartungsfreundlicher. Veraltete Technologien haben Sicherheitsrisiken.

#### PUNKTE

6/6

#### SCHWEREGRAD

Hoch

#### TYP

KI-Analyse

#### AKTUELLER ZUSTAND

Website nutzt WordPress + Elementor, responsive Layout, srcset/fetchpriority für Bilder, IntersectionObserver-Lazyload und gängige Plugins (Borlabs Cookie). Moderne Patterns sind vorhanden, aber es gibt viele externe Scripts/CSS (Elementor, jQuery) und Potenzial zur Optimierung.

## Optimierte Assets

**✗ FEHLGESCHLAGEN**

CSS und JavaScript sind minimiert und optimiert

### WICHTIGKEIT

Optimierte Assets reduzieren Ladezeiten um bis zu 70% und verbessern die Benutzererfahrung erheblich.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

MITTEL

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Viele render-blocking CSS/JS-Dateien (Elementor, viele Plugins). Assets nicht vollständig optimiert (keine Hinweise auf kritisches CSS, viele große CSS/JS-Dateien, einige Bilder nicht in Next-Gen-Formaten).

### Lösung

Defer/async nicht-kritischer JS, kombinieren/minifizieren CSS/JS, Critical CSS für above-the-fold-Inhalt, Bildkompression und Konvertierung zu WebP/AVIF, HTTP/2 oder CDN nutzen, Browser-Caching optimieren.

## Ausreichender Inhalt

**✓ BESTANDEN**

Homepage hat mindestens 300 Wörter qualitativ hochwertigen Inhalt

### WICHTIGKEIT

Google bevorzugt Websites mit ausreichend Inhalt. Zu wenig Text signalisiert eine unprofessionelle oder unvollständige Website.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Seite enthält ausführliche, für den Nutzer relevante Inhalte: Standorte, Fahrzeuglisten, Serviceinformationen und Kontaktangaben – reichhaltiger Content für Besucher.

## Professioneller Ton

**✓ BESTANDEN**

Inhalt behält professionellen Geschäftston bei

### WICHTIGKEIT

Professioneller Ton baut Vertrauen auf und signalisiert Kompetenz. Kunden kaufen eher von seriös wirkenden Unternehmen.

### PUNKTE

3/3

### SCHWEREGRAD

Mittel

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Deutschsprachiger, professioneller und kundenzentrierter Text (Willkommensabschnitt, Serviceversprechen).

## Klares Wertversprechen

✓ BESTANDEN

Geschäftswert wird klar kommuniziert

### WICHTIGKEIT

Ein klares Wertversprechen hilft Besuchern sofort zu verstehen, warum sie Ihr Unternehmen wählen sollten. Das erhöht Konversionen drastisch.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Klare Botschaft: 'Schwabens größter Hyundai Händler...' plus Standort- und Service-Argumente; Wertversprechen ist erkennbar.

## Hochwertige Bilder

✗ FEHLGESCHLAGEN

Bilder sind optimiert, relevant und haben Alt-Texte

### WICHTIGKEIT

Optimierte Bilder laden schneller und Alt-Texte sind wichtig für Barrierefreiheit und SEO-Rankings.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

MITTEL

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Große Hero-/Promo-Grafiken vorhanden, aber viele Bilder ohne aussagekräftige alt-Attribute; einige Bilder wirken unoptimiert (Dateigröße/Format) und es gibt Platzhalter (Facebook-Embed).

### 💡 Lösung

Bilder in Next-Gen-Formate (WebP/AVIF) konvertieren, Lossless/Lossy-Kompression, alle wichtigen Bilder mit beschreibenden alt-Attributen versehen, strukturierte srcset/Sizes prüfen.

## Ansprechender Inhalt

✓ BESTANDEN

Inhalt ist interessant und zielgruppenrelevant

### WICHTIGKEIT

Ansprechender Inhalt hält Besucher länger auf der Website und erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Kontaktaufnahme.

### PUNKTE

3/3

### SCHWEREGRAD

Mittel

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Interaktive Elemente (Slider, Fahrzeug-Filter, Fahrzeuglisten, Social-Embeds) bieten Engagement, einige Drittanbieter-Inhalte sind jedoch per Cookie blockiert.

## Datenschutzerklärung Vorhanden

 BESTANDEN

Datenschutzrichtlinie ist verfügbar

### WICHTIGKEIT

DSGVO-konforme Datenschutzerklärung ist Pflicht. Verstöße können Bußgelder bis zu 4% des Jahresumsatzes bedeuten.

### PUNKTE

8/8

### SCHWEREGRAD

Kritisch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Datenschutz-Links und Cookie-Einstellungen sind im Footer vorhanden; Borlabs Cookie wird eingesetzt und Hinweise zur Datenverarbeitung werden angezeigt.

## Cookie-Einwilligung

 BESTANDEN

Ordnungsgemäße Cookie-Einwilligungsbanner

### WICHTIGKEIT

Cookie-Banner sind DSGVO-Pflicht. Ohne korrekte Einwilligung drohen rechtliche Konsequenzen.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Borlabs Cookie Consent ist aktiv, detaillierte Einstellungen und Service-Gruppen vorhanden; Texte zur Einwilligung sichtbar.

## AGB Vorhanden

 BESTANDEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind verfügbar

### WICHTIGKEIT

AGB schützen Ihr Unternehmen rechtlich und schaffen Vertrauen bei Kunden.

### PUNKTE

3/3

### SCHWEREGRAD

Mittel

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

AGB-Link im Footer vorhanden.

## Optimaler Meta-Titel

 **BESTANDEN**

Title-Tag ist 50-60 Zeichen lang

### WICHTIGKEIT

Der Title-Tag ist das wichtigste SEO-Element. Er erscheint in Suchergebnissen und beeinflusst Click-Through-Raten.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Title-Tag vorhanden: enthält Marke, Standort und Angebot. Länge ist eher breit, aber aussagekräftig.

## Optimale Meta-Beschreibung

 **FEHLGESCHLAGEN**

Meta-Beschreibung ist 150-160 Zeichen lang

### WICHTIGKEIT

Meta-Beschreibungen beeinflussen Click-Through-Raten in Suchergebnissen und können Conversions steigern.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

**HOCH**

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Keine aussagekräftige meta description im übergebenen HTML erkennbar.

### Lösung

Meta-Description hinzufügen (ca. 120-155 Zeichen) mit Kernaussage (Marke, Standorte, USP) und einem CTA, z.B. 'Jetzt Hyundai entdecken – mehrere Standorte in Augsburg, Günzburg, Neu-Ulm. Top-Angebote & Werkstattservice. Kontaktieren Sie uns!'

## Strukturierte Daten

 **FEHLGESCHLAGEN**

Verwendet Schema.org Markup (JSON-LD)

### WICHTIGKEIT

Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen, Ihre Website besser zu verstehen und können Rich Snippets erzeugen.

### PUNKTE

0/4

### SCHWEREGRAD

**MITTEL**

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Keine erkennbaren JSON-LD / schema.org Structured Data für Organization, LocalBusiness, Breadcrumb oder Offers im HTML.

### Lösung

Implementieren Sie JSON-LD: Organization/LocalBusiness (Standorte), BreadcrumbList, Produkt/Offer für Fahrzeugangebote und ggf. FAQ/Review-Schema für bessere SERP-Darstellung.

## Überschriftenstruktur

**✗ FEHLGESCHLAGEN**

Korrekte H1-H6 Hierarchie verwendet

### WICHTIGKEIT

Strukturierte Überschriften verbessern SEO und Benutzerfreundlichkeit erheblich.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

MITTEL

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Hauptüberschriften sind überwiegend H2; ein eindeutiges H1 fehlt auf der Startseite. Überschriften-Hierarchie ist inkonsistent.

### Lösung

Eine eindeutige H1 pro Seite einfügen (z. B. 'Autohaus Listle – Hyundai Vertragshändler in Augsburg & Umgebung') und H2/H3-Hierarchie klar strukturieren.

## Interne Verlinkung

**✓ BESTANDEN**

Gute interne Verlinkungsstruktur

### WICHTIGKEIT

Interne Links verteilen Link-Power und helfen Nutzern beim Navigieren durch Ihre Website.

### PUNKTE

2/2

### SCHWEREGRAD

Niedrig

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Gute interne Navigation (Hauptmenü, Unterseiten, Fahrzeugdetail-Links). Interne Verlinkung zu Standorten und Service-Seiten ist vorhanden.

## Klare Navigation

**✓ BESTANDEN**

Hauptnavigation ist intuitiv und benutzerfreundlich

### WICHTIGKEIT

Schlechte Navigation führt zu hohen Absprungraten. Nutzer müssen schnell finden, was sie suchen.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Primäre Navigation klar strukturiert mit wichtigen Bereichen (Home, Unternehmen, Fahrzeugbestand, Kontakt). Mobile Burger-Menü vorhanden.

## Effektive Handlungsaufforderungen

✓ **BESTANDEN**

Klare CTA-Buttons sind vorhanden und gut platziert

### WICHTIGKEIT

Klare Handlungsaufforderungen führen Besucher zu Kunden. Websites ohne CTAs verlieren bis zu 80% ihrer Conversion-Möglichkeiten.

### PUNKTE

3/5

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

CTAs sind vorhanden (z. B. 'Fahrzeuge anzeigen', 'Werkstatttermin', Telefonnummern), könnten aber sichtbarer und konsequenter (farben/Position) gestaltet werden.

### 💡 Lösung

Hervorhebung primärer CTAs (Kontrastfarbe), klare primäre Aktion oben (z. B. 'Jetzt Probefahrt vereinbaren'), Microcopy für Vertrauen (Garantie, Finanzierung).

## Kontakt Zugänglichkeit

✗ **FEHLGESCHLAGEN**

Kontaktinformationen sind leicht zu finden

### WICHTIGKEIT

Versteckte Kontaktdaten führen zu verlorenen Geschäftsmöglichkeiten. Kunden müssen Sie einfach erreichen können.

### PUNKTE

0/4

### SCHWEREGRAD

**HOCH**

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Kontaktinformationen und Telefonnummern sind vorhanden, aber nicht immer als klickbare tel:-Links oder in maschinenlesbarer Form (Contact schema, vCard).

### 💡 Lösung

Telefonnummern als tel:-Links markieren, Kontaktformular prominent platzieren, Contact/LocalBusiness Schema hinzufügen und E-Mail/öffnungszeiten deutlich sichtbar machen.

## Benutzererfahrung

**✗ FEHLGESCHLAGEN**

Website bietet eine positive Benutzererfahrung

### WICHTIGKEIT

Gute UX reduziert Absprungraten und erhöht Conversions. Frustrierte Nutzer werden nie zu Kunden.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

MITTEL

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Gute Inhaltsstruktur und interaktive Elemente, aber Probleme: Teile der Seite sind mit aria-hidden und data-borlabs-cookie-Attributen versehen (Inhalt wird ggf. vor Cookie-Einwilligung versteckt), heavy JS führt zu potenziell langsamem First Contentful Paint.

### 💡 Lösung

Cookie-Blocking so konfigurieren, dass kritischer Inhalt nicht für Screenreader/Indexierung verborgen wird; Performance-Optimierung (defer, Critical CSS) zur Verbesserung der Ladezeit.

## Mobile Optimierung

**✓ BESTANDEN**

Website ist für mobile Geräte optimiert

### WICHTIGKEIT

Über 60% aller Website-Besuche kommen von mobilen Geräten. Mobile Optimierung ist entscheidend für Conversions.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Responsives Layout mit Breakpoints (Elementor), mobile Navigation und adaptive Slider/Carousels vorhanden.

## Mobile Navigation

**✓ BESTANDEN**

Navigation funktioniert gut auf mobilen Geräten

### WICHTIGKEIT

Schlechte mobile Navigation führt zu hohen Absprungraten und verlorenen Kunden.

### PUNKTE

3/3

### SCHWEREGRAD

Mittel

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Burger-Menü und mobile-spezifische Sektionen vorhanden, Navigation skaliert auf mobilen Breakpoints.

## Sicherheits-Header

✗ FEHLGESCHLAGEN

Website verwendet moderne Sicherheits-Header

### WICHTIGKEIT

Sicherheits-Header schützen vor XSS, Clickjacking und anderen Angriffen.

### PUNKTE

0/3

### SCHWEREGRAD

MITTEL

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Keine Informationen zu HTTP-Security-Headern aus dem HTML extrahierbar (HSTS, CSP, X-Frame-Options, X-Content-Type-Options nicht überprüfbar).

### 💡 Lösung

Serverseitig Security-Header setzen: Strict-Transport-Security, X-Frame-Options: DENY/SAMEORIGIN, X-Content-Type-Options: nosniff, Content-Security-Policy prüfen und anpassen.

## SSL-Zertifikat

✓ BESTANDEN

SSL-Zertifikat ist gültig und aktuell

### WICHTIGKEIT

SSL schützt Datenübertragung und ist für Google-Ranking wichtig.

### PUNKTE

4/4

### SCHWEREGRAD

Hoch

### TYP

KI-Analyse

### AKTUELLER ZUSTAND

Seite wird über HTTPS ausgeliefert (canonical/links https), SSL offenbar aktiv.

## 🤖 KI-Analyse Details

### KI-Gesamtbewertung

#### STÄRKEN

- Klare Marken- und Standortdarstellung (Hyundai & mehrere Standorte).
- Reichhaltiger, deutschsprachiger Content und Fahrzeugangebote.
- Cookie-Management (Borlabs) und Datenschutzhinweise vorhanden.
- Responsives Design und mobile Navigation sind implementiert.

#### SCHWÄCHEN

- Fehlende meta description und Structured Data (JSON-LD) für LocalBusiness/Offers.
- Performance-Probleme durch viele render-blocking Assets und unoptimierte Bilder.
- Accessibility/UX-Probleme durch aria-hidden / Cookie-Blocking, fehlende H1.
- Kontaktinformationen nicht durchgängig als klickbare/tel:-Links oder strukturiert vorhanden.

## EMPFEHLUNGEN

- Meta-Description ergänzen und Title ggf. für SERPs feintunen.
- JSON-LD (LocalBusiness, Breadcrumb, Offer/Product) implementieren.
- Asset-Optimierung: Critical CSS, defer/async für JS, Bildkompression und Next-Gen-Formate, CDN nutzen.
- Verbessern Sie Barrierefreiheit: sicherstellen, dass zentrale Inhalte nicht für Screenreader hidden sind, H1 ergänzen und alt-Texte pflegen.
- Kontakt-Usability: klickbare tel:-Links, sichtbares Kontaktformular, Contact schema hinzufügen.
- Server-/Security-Header prüfen und HSTS/CSP/X-Content-Type-Options setzen.

## Priorisierte Empfehlungen

### MITTEL

Meta-Description ergänzen und Title ggf. für SERPs feintunen.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

### MITTEL

JSON-LD (LocalBusiness, Breadcrumb, Offer/Product) implementieren.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

### MITTEL

Asset-Optimierung: Critical CSS, defer/async für JS, Bildkompression und Next-Gen-Formate, CDN nutzen.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

### MITTEL

Verbessern Sie Barrierefreiheit: sicherstellen, dass zentrale Inhalte nicht für Screenreader hidden sind, H1 ergänzen und alt-Texte pflegen.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

### MITTEL

Kontakt-Usability: klickbare tel:-Links, sichtbares Kontaktformular, Contact schema hinzufügen.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

**MITTEL**

Server-/Security-Header prüfen und HSTS/CSP/X-Content-Type-Options setzen.

*Diese Optimierung hat direkten Einfluss auf Ihre Website-Performance und Kundenvertrauen.*

**seitly**

Professionelle Website-Qualitätsbewertung

Bericht generiert: August 2025

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns gerne.