

musterbetrieb.de — starke Qualifikationen,
die online niemand zu sehen bekommt.

Musterbetrieb GmbH, Düsseldorf · Analyse vom 12.06.2026
Datenbasis: Google-Rankings & Suchvolumen (DataForSEO), Suchergebnis-Analyse Düsseldorf, technischer Seiten-Check, Mess-System-Prüfung, Wettbewerbsvergleich

Das Wichtigste in einem Satz: Ihr Betrieb hat Qualifikationen, die im Düsseldorfer Markt kaum jemand vorweisen kann (TÜV-geprüfter Fachplaner für altersgerechte Bäder, VDI/DVGW-6023-Zertifizierung, Buderus-Fachpartner) — aber die Website macht daraus keine einzige auffindbare Seite, misst keinen einzigen Besucher, und bei Suchanfragen wie „rohrreinigung düsseldorf“ (für die ein Klick den Werbetreibenden ~26 € wert ist) existieren Sie nicht. Die gute Nachricht: Die Lücken sind konkret, günstig zu schließen — und Ihre Google-Bewertung (4,9 ★) ist bereits ein Fundament.

1. Auf einen Blick

Bereich	Befund
Sichtbarkeit	Kritisch. 28 messbare Rankings — fast alle für Ihren Firmennamen. Kauf-Suchanfragen: „sanitär düsseldorf“ Platz 30, „installateur düsseldorf“ Platz 40, „heizungsinstallateur düsseldorf“ Platz 71. Alles hängt an der Startseite — Leistungsseiten, die ranken könnten, gibt es nicht.
Google-Karte (Local Pack)	Vorhanden, ausbaufähig. Sie stehen im Local Pack „heizung düsseldorf“: 4,9 ★ / 25 Bewertungen. Der Spitzenreiter dort: 305 Bewertungen.
Messung & Kanäle	Blindflug. Kein Web-Analytics-System auf der Website — Sie können nicht sehen, wie viele Besucher kommen, woher, und wie viele Ihren Angebotskonfigurator abbuchen. Kein einziger bezahlter Kanal erkennbar (gut: kein Streuverlust — aber auch kein Plan B).
KI-Suche (ChatGPT & Co.)	Zeitfenster offen. Auf den Kern-Suchanfragen Ihrer Branche zeigt Google in Düsseldorf noch keine KI-Übersichten — und Ihre Website liefert KI-Systemen bisher keine strukturierten Firmendaten (kein Schema). Wer jetzt die Datenbasis legt, wird zitiert, wenn es losgeht.
Vertrauen	Ihr größtes ungenutztes Kapital. TÜV-Fachplaner altersgerechte Bäder, VDI/DVGW 6023, Buderus-Partner — alles vorhanden, nichts davon als eigene Seite oder Siegel-Leiste inszeniert. 4,9-Sterne-Bewertungen erscheinen nirgends auf der Website.
Conversion	Lückenhaft. Telefon prominent (gut), Angebotskonfigurator vorhanden (gut gedacht!) — aber unmessbar, und es fehlen Handlungsaufforderungen auf den Inhaltsseiten sowie ein sichtbarer Notdienst-Pfad.

Technik & Fundament	Modernisierungsbedürftig. Startseiten-Titel „START - Musterbetrieb" (sagt Google nichts), Beschreibung mit 988 Zeichen als Schlagwort-Block, 234 Wörter Inhalt, fehlende Bild-Beschreibungen, Canonical-/Verlinkungsfehler. Das WordPress-Fundament trägt die ersten Schritte; mittelfristig ist ein Neuaufbau auf einem schlanken, modernen Web-Stack der sauberste Weg.
---------------------	--

2. Die drei größten Hebel

1. Drei Leistungsseiten für die Themen, die Sie schon können — und die keiner besetzt

Priorität: Kritisch · **Aufwand:** mittel (3 gute Seiten) · **Kosten:** 0 € (Eigenleistung) · **Wirkung:** 2–4 Monate

Drei Beispiele, alle aus Ihrem bestehenden Leistungskatalog: **(a) Rohrreinigung Düsseldorf** — 2.400 Suchen/Monat, Klickpreis ~26 €; Sie arbeiten mit Rohrkameras inkl. Bilddokumentation und haben dafür keine Seite. **(b) Barrierefreies Bad** — 2.400 Suchen/Monat, dazu „badumbau zuschuss pflegekasse" (390/Monat): Sie sind TÜV-geprüfter Fachplaner für altersgerechte Bäder — das Zertifikat, das diese Suchenden überzeugt, und es steht nur in Ihrer Meta-Beschreibung. **(c) Heizungswartung** — „heizungswartung kosten" 1.000 Suchen/Monat bei **niedrigem** Wettbewerb: eine Preis-transparente Wartungsseite zieht planbare Daueraufträge.

2. Messung einschalten — Sie haben einen Konfigurator und sehen ihn nicht

Priorität: Kritisch · **Aufwand:** gering · **Kosten:** 0 € (datenschutzfreundliches Setup ohne Cookie-Banner möglich) · **Wirkung:** sofort

Ihre Website hat heute kein einziges Mess-System. Sie investieren in einen Angebotskonfigurator — und niemand kann sagen, wie viele ihn öffnen, wo sie abrechnen und welche Anfrage über die Website kam. Ein schlankes, DSGVO-konformes Setup (ohne Cookie-Banner-Pflicht) beantwortet ab Tag 1: Besucher, Herkunft, Konfigurator-Nutzung, Anruf-Klicks. Erst messen, dann investieren — sonst bleibt jede weitere Maßnahme Gefühlssache.

3. Bewertungen: von 25 auf 100+ — und auf die Website holen

Priorität: Hoch · **Aufwand:** gering (Routine) · **Kosten:** 0 € · **Wirkung:** laufend, erste Effekte 4–8 Wochen

4,9 ★ ist ein Spitzenwert — aber mit 25 Stimmen gegen 305 beim Marktführer entscheidet die Menge, wen Suchende in der Karte anklicken. Eine feste Routine (nach jedem Auftrag eine persönliche Bitte mit Direktlink, automatisierbar per SMS/E-Mail) bringt realistisch 5–10 Bewertungen/Monat. Parallel: die besten Stimmen mit Name und Stadtteil auf die Website — dort steht heute keine einzige.

3. Ihr Traffic-Potenzial in Zahlen

Konservative Rechnung auf Basis deutscher Klickraten-Marktdaten (Suchvolumen × Klickrate der Zielposition; bei lokalen Suchanfragen zusätzlich abgeschlagen, weil die Google-Karte Klicks absorbiert). Gerundet — nach unten.

Suchanfrage	Suchen/Monat	Heute	Erreichbar	Zusätzl. Besucher/Monat*
-------------	--------------	-------	------------	--------------------------

sanitär düsseldorf (beide Schreibweisen)	960	Platz 30–38	Top 4–5	~45
installateur düsseldorf (+ Varianten)	780	Platz 40	Top 5–7	~20
rohrreinigung düsseldorf (neue Seite)	2.400	—	Top 5–8	~60
barrierefreies bad + Zuschuss-Themen (neue Seite, TÜV-USP)	2.790	—	Top 5–10	~70
heizungswartung kosten (neue Seite, niedriger Wettbewerb)	1.000	—	Top 3–5	~45
übrige bestehende Rankings Platz 11–30	—	—	Top 5	~60
Summe (konservativ)				~300/Monat

*Zur Einordnung: Ihre heutige geschätzte Besucherbasis aus der Google-Suche liegt bei rund 190/Monat — überwiegend Menschen, die Ihren Firmennamen bereits kennen. Das Potenzial oben besteht fast vollständig aus **Neukunden-Suchanfragen**. Einzelpositionen kann niemand seriös garantieren; aber auf dieser Datenlage ist eine Zusage wie „+20 % Besucher aus Nicht-Namens-Suchen in 3 Monaten“ eine bewusst konservative Untergrenze.

4. Weitere Empfehlungen (priorisiert)

Maßnahme	Priorität	Kosten	Erwarteter Effekt
Startseiten-Titel ersetzen: „START - Musterbetrieb“ → „Heizung & Sanitär Düsseldorf — Meisterbetrieb Musterbetrieb“; die 988-Zeichen-Beschreibung durch 2 klare Sätze ersetzen	Hoch	0 €	Google versteht endlich, wofür Sie ranken sollen
Zertifikats-Leiste sichtbar machen (TÜV, VDI/DVGW, Buderus) + eigene Kurzseite je Qualifikation	Hoch	0 €	Vertrauen + Ranking-Basis für die USP-Themen
Strukturierte Daten (LocalBusiness: Öffnungszeiten, Leistungen, Bewertungen)	Mittel	0 €	Sterne im Suchergebnis; Datenbasis für KI-Suche
Überschriften der Startseite konkretisieren („WIR INSTALLIEREN DIE ZUKUNFT“ sagt weder Google noch Kunden, was Sie tun)	Mittel	0 €	Relevanz + Verständlichkeit
Technik-Hygiene: Bild-Beschreibungen (11 Bilder ohne), Canonical-Fehler, http-Links auf https, doppelte Meta-Tags	Mittel	gering	Sauberes Fundament
Notdienst-Pfad: eigener, schneller Einstieg (Sie bieten 24h-Service — „notdienst sanitär düsseldorf“ kostet Werbetreibende ~11 €/Klick)	Mittel	0 €	Margenstarke Akut-Aufträge

5. Kanäle & Messung — was heute unsichtbar bleibt

- **Web-Analytics:** nicht vorhanden. Konsequenz: Sie wissen nicht, ob Ihre Website pro Monat 5 oder 50 Anfragen anbahnt — und der Konfigurator läuft unbeobachtet.
- **Bezahlte Kanäle:** Auf „heizung düsseldorf“ wirbt aktuell kaum ein direkter Wettbewerber (sichtbar: ein großer Baumarkt und ein Solar-Anbieter) — der teure Anzeigen-Wettkampf findet bei Ihnen (noch) nicht

statt; organisch + Karte ist der günstige Weg.

- **Portale:** Vergleichsportale (große Vergleichsportale) ranken über Ihnen und verkaufen die Sichtbarkeit, die Ihnen fehlt, als Provisions-Leads zurück.
- **Verlust-Einschätzung:** Jeden Monat suchen allein ~5.000-mal Menschen in Düsseldorf nach Leistungen, die Sie anbieten (Rohrreinigung, Sanitär, Wartung, barrierefreie Bäder) — heute geht praktisch nichts davon zu Ihnen.

6. Sichtbarkeit in der KI-Suche (ChatGPT, Google AI)

- Auf Ihren Kern-Suchanfragen zeigt Google in Düsseldorf **noch keine KI-Übersichten** — das Zeitfenster, sich als zitierbare Quelle aufzustellen, ist offen.
- KI-Systeme bevorzugen Betriebe mit eindeutigen, strukturierten Daten (Firmenprofil, Leistungen, Bewertungen, Öffnungszeiten) — Ihre Website liefert davon heute nichts (kein Schema, uneinheitliche Firmendarstellung).
- Die gleichen Maßnahmen aus Abschnitt 2–4 (Profil, Bewertungen, strukturierte Daten, klare Leistungsseiten) sind exakt die Eintrittskarte in KI-Antworten — doppelter Ertrag, kein Zusatzaufwand.

7. Automatisierungspotenzial

Drei Routinen, die sich bei Ihrer Betriebsgröße rechnen — alle an bestehende Abläufe angedockt, keine neue Software-Landschaft:

- **Anfrage-Sofortbestätigung mit Rückruf-Slot:** Wer abends den Konfigurator ausfüllt und bis mittags nichts hört, ruft den Nächsten an. Eine automatische Bestätigung mit konkretem Rückruf-Zeitfenster sichert den Auftrag, bevor der Wettbewerb wach ist.
- **Bewertungs-Routine nach Auftragsabschluss:** automatische SMS/E-Mail mit Bewertungs-Direktlink — der Motor für Hebel 3, ohne dass jemand daran denken muss.
- **Wartungs-Erinnerungen:** Heizungswartung ist ein Jahres-Rhythmus. Automatische Erinnerungen an Bestandskunden machen aus Einmal-Aufträgen planbare Wiederkehr-Umsätze — und füllen den Kalender außerhalb der Saison.

8. Ihr Wettbewerbsumfeld in Zahlen

- Local Pack „heizung düsseldorf“: Marktführer (5,0 ★/305), Anbieter B (4,8 ★/154), Anbieter C (5,0 ★/41), Anbieter D (4,9 ★/35), **Musterbetrieb (4,9 ★/25)** u. a. — Sie sind drin, aber die Klicks gehen nach vorn.
- Organische Top-10 („heizung düsseldorf“): die Top-Anbieter — alle mit eigenen Leistungsseiten je Thema. Genau das fehlt Ihnen (alles rankt über die Startseite).
- Ihr Linkprofil ist überraschend solide (120 Verweise von 98 Domains — mehr als mancher sichtbarere Wettbewerber). Das Fundament ist da; es fehlen die Seiten, die darauf ranken.

Ehrliche Einordnung: Diese Analyse basiert auf externen Daten (Rankings, Suchergebnisse, technischer Seiten-Check). Was wir von außen nicht sehen: Ihre tatsächlichen Anfragewege — bei einem etablierten Meisterbetrieb tragen Empfehlungen und Stammkunden vermutlich heute das Geschäft. Die Hebel oben erschließen den Kanal, der brachliegt: Neukunden, die online suchen. Erst messen, dann investieren — deshalb steht das Mess-Setup in den Top 3 und kein einziger Werbe-Euro im Plan.

Nächster Schritt

15 Minuten reichen, um die drei Hebel an Ihrem konkreten Fall durchzugehen — unverbindlich, und mit einem ehrlichen „lohnt sich nicht“, falls es so ist.

Evgeniya Dal-Canton · Senior SEO & Analytics Consultant, Düsseldorf

neonkraft.de · hello@neonkraft.de · +49 155 6048 0655

Erstellt am 12.06.2026 von NeonKraft (Evgeniya Dal-Canton, Düsseldorf). Datenquellen: DataForSEO (Rankings, Suchvolumen, Backlinks, On-Page), Google-Suchergebnisse Düsseldorf vom Analysetag, Mess-System-Prüfung des öffentlichen Quelltexts. Suchvolumen sind Monatsdurchschnitte für Deutschland; Klickraten nach deutschen Marktbenchmarks, konservativ angesetzt. Keine Maßnahme dieses Berichts wird ohne Ihre ausdrückliche Freigabe umgesetzt.