

SEO-KOMPLETT-AUDIT · 22.08.2026

lavcite

Technischer Zustand, Sichtbarkeit und priorisierte Maßnahmen

73

von 100 · Note C – Befriedigend

8 bewertete Kategorien

Datenstand: 22.08.2026

Überblick

lavcite

SEO HEALTH

73/100

Note C

BUSINESS LOGIC

50/100

Separater Score

ORGANISCHE KWS

n/a

nicht erhoben

DOMAIN RANK

n/a

Ref. Domains nicht erhoben

TRAFFIC VALUE

n/a

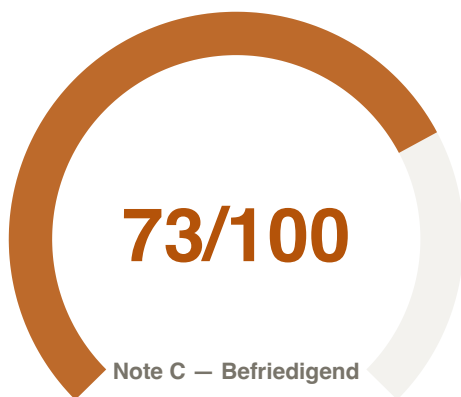
nicht erhoben

SPAM SCORE

n/a

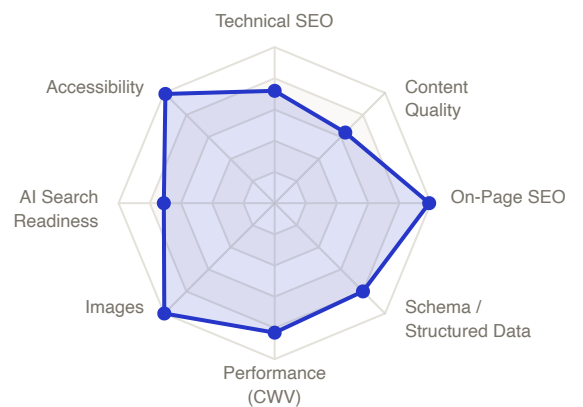
nicht erhoben

GESAMTSCORE



Quelle: Gewichtetes Mittel aller Kategorien · scoring-ssot.json · Stand: 22.08.2026

KATEGORIE-PROFIL

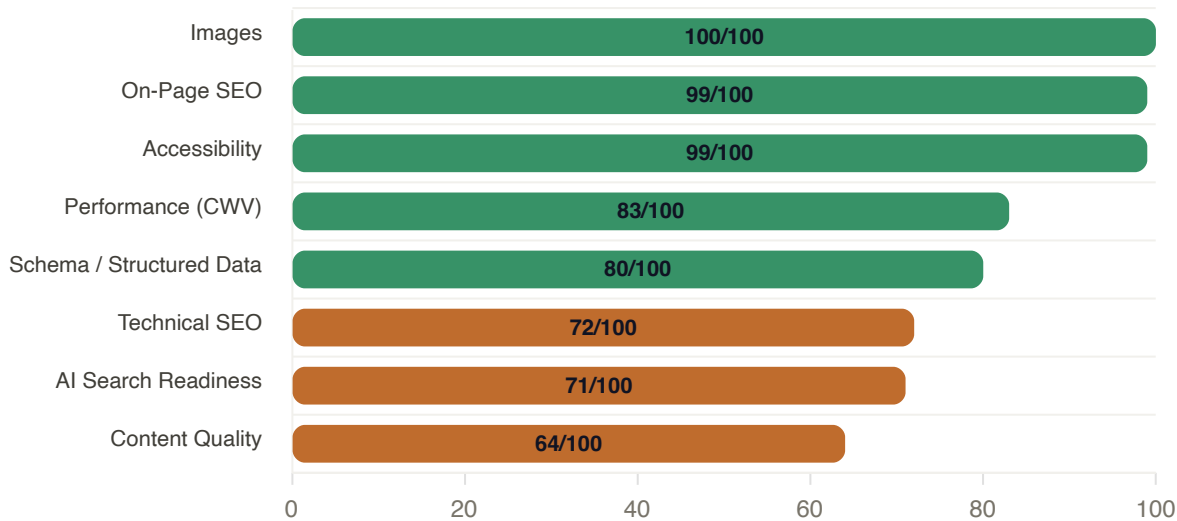


Quelle: Kategorie-Scores, Quelle je Kategorie in der Belegtabelle · scoring-ssot.json · Stand: 22.08.2026

WAS IN DIESEM AUDIT NICHT GEMESSEN WERDEN KONNTE

- Backlinks: im Audit ohne belastbaren Messwert

8 KATEGORIEN NACH SCORE



Quelle: Scoring nach gewichtetem Kategorienmodell · scoring-ssot.json · Stand: 22.08.2026

BELEGTABELLE

KATEGORIE	SCORE	NOTE	GEWICHT	QUELLE
Technical SEO	72	C	16 %	lighthouse-homepage.json, lavcite-TECHNICAL-AUDIT.md
Content Quality	64	D	16 %	firecrawl.py
On-Page SEO	99	A	16 %	inspector.py
Schema / Structured Data	80	B	7 %	firecrawl.py
Performance (CWV)	83	B	9 %	lighthouse-homepage.json
Images	100	A	4 %	firecrawl.py
AI Search Readiness	71	C	13 %	geo_readiness_checker.py
Accessibility	99	A	10 %	lavcite-ACCESSIBILITY-AUDIT.md

Stand aller Werte: 22.08.2026

lavcite · Executive Briefing

Inhaltsverzeichnis

lavcite · SEO Executive Briefing

Zweck dieses Dokuments

Gesamtbild in einem Satz

Executive Scorecard

Die 3 entscheidenden Erkenntnisse

Die 20 Befunde (kompakt verdichtet)

Einordnung für die Geschäftsführung

Nächster Schritt (optional)

lavcite · SEO Executive Briefing

20 Befunde. Eine Entscheidung.

lavcite.com (Selbstaudit) 22.08.2026

Zweck dieses Dokuments

Dieses Dokument ist kein klassisches SEO-Audit. Es ist eine Entscheidungsgrundlage auf Leitungsebene und beantwortet drei Fragen: Wo steht die Website heute im organischen Wettbewerb, welche strukturellen Faktoren bremsen das Wachstum, und welche strategische Lücke entsteht daraus im Markt für White-Label-Berichte und KI-Sichtbarkeit. Keine Maßnahmenliste, keine Technikdetails, keine Priorisierungstabellen. Nur Klarheit über den Status quo.

Gesamtbild in einem Satz

lavcite hat die inhaltliche und handwerkliche Substanz eines Anbieters, der als Quelle zitiert werden könnte, verliert diesen Vorsprung aber an einem Bestellweg, der nicht trägt, und an Zusagen, die je nach Fundstelle anders lauten.

Executive Scorecard

SEO und Digital Trust Readiness: 73/100

Einordnung:

- Fundament: gut. Seitenqualität, Bedienbarkeit für Menschen mit Einschränkungen und die inhaltliche Tiefe der Kernseiten liegen im oberen Bereich, teilweise an der Spitze des Erreichbaren.
- Skalierung: eingeschränkt. Der Weg vom Interesse zum Auftrag ist unterbrochen, und die Aussagen zu Preis, Frist und Leistungsumfang sind nicht in einer einzigen verbindlichen Fassung vorhanden.
- Wettbewerbsfähigkeit im White-Label- und KI-Sichtbarkeits-Segment: aktuell nur teilweise gegeben. Die Marke erscheint in den geprüften Ergebnislisten des eigenen Kernthemas nicht.

Ein Hinweis zur Einordnung des Werts: Die Kategorie der externen Verweise ist nicht bewertet, weil für die Domain kein Datensatz vorliegt. Das ist ausdrücklich keine bestätigte Nullmessung, sondern eine offene Stelle in der Erhebung.

Die 3 entscheidenden Erkenntnisse

1. Der Bestellweg trägt aktuell nicht

Alle als Kauf beschrifteten Schaltflächen führen für jedes der drei Pakete in einen Serverfehler. Die Oberfläche fällt danach auf den Hinweis zurück, dass ein Kauf derzeit nicht möglich sei, während die Vertragsbedingungen einen regulären Zahlungsvorgang beschreiben. Der Rückfallweg über das Kontaktformular ist bislang nicht auf Zustellung geprüft.

Effekt: Jede Kaufabsicht endet vor der Zahlung. Umsatz aus dem Direktkauf ist bis zur Behebung ausgeschlossen, und jede Investition in Sichtbarkeit läuft so lange auf eine geschlossene Tür zu.

2. Die eigene Belegkultur wird durch widersprüchliche Angaben untergraben

Preisspannen, Steuerhinweise, Befristungen, Lieferzeiten, Garantiezusagen und der angekündigte Berichtsumfang stehen jeweils in mehreren, miteinander unvereinbaren Fassungen nebeneinander. Teils widerspricht der sichtbare Text der maschinenlesbaren Auszeichnung derselben Seite. Hinzu kommt ein Ergebnisblock mit Erfolgszahlen ohne Datum, Quelle und Messverfahren, direkt neben der eigenen Aussage, dass Erfolge nicht versprochen werden. Diese Punkte sind in Teilen auch rechtlich relevant. Das ist hier ausdrücklich nicht bewertet und gehört in die Prüfung durch fachlich zuständige Personen.

Effekt: Genau die Preistransparenz und Belegtreue, die die Positionierung gegenüber Agenturkunden trägt, wird an der eigenen Website widerlegt. Interessenten und KI-Systeme ziehen je nach Fundstelle eine andere Zusage.

3. Die Substanz ist stark, die Zurechenbarkeit zur Marke fehlt

Die Prüfung der KI-Bereitschaft bestätigt inhaltliche Belegdichte und thematische Klarheit auf hohem Niveau. Sie bricht dort ein, wo Antwortsysteme erkennen sollen, wer hinter den Aussagen steht: Es fehlen Verweise auf betriebseigene Profile, eine eigenständig ausgewiesene Autorenschaft und externe Bestätigung durch Dritte. Ergänzend sind die englischsprachigen Seiten in einem widersprüchlichen Zustand, und zwei der wichtigsten Vertrauensbelege vor dem Kauf werden als Duplikat einer Übersichtsseite ausgewiesen.

Effekt: Die Marke liefert zitierfähigen Inhalt, ist für zitierende Systeme aber nicht als benennbare Quelle greifbar. Das ist die größte offene Chance dieses Audits, weil hier Substanz vorhanden ist und nur die Verankerung fehlt.

Die 20 Befunde (kompakt verdichtet)

1. **Der Bestellweg trägt nicht.** Der Kauf endet für alle Pakete in einem Serverfehler statt in einer Zahlung.
 2. **Die englische Sprachversion ist widersprüchlich geführt.** Sie ist erreichbar, wird aber gleichzeitig von der Indexierung ausgeschlossen und auf die deutsche Fassung verwiesen.
 3. **Die beiden Beispielberichte gelten als Duplikat.** Sie tragen dieselbe Kennzeichnung wie ihre Übersichtsseite und fallen als eigene Einstiege aus.
 4. **Der Seitenaufbau liegt außerhalb des guten Bereichs.** Sichtbarer Inhalt erscheint später als empfohlen, fast alle Seiten laden blockierende Ressourcen.
 5. **Preis- und Steuerangaben existieren in mehreren Fassungen.** Dasselbe Angebot wird an verschiedenen Stellen unterschiedlich beziffert.
 6. **Liefer-, Garantie- und Umfangszusagen sind uneinheitlich.** Die genannte Bearbeitungsdauer und der Berichtsumfang unterscheiden sich je nach Fundstelle.
 7. **Eine Adresse liefert keinen Inhalt mehr.** Sie ist intern nirgends verlinkt, der Schaden bleibt daher auf externe Verweise begrenzt.
 8. **Die für KI-Systeme gepflegte Datei ist in verstümmelter Schreibweise hinterlegt.** Umlaute und Rechtsverweise erreichen zitierende Systeme unlesbar.
 9. **Die Suchergebnis-Darstellung beschreibt bei den Rechtsseiten den falschen Inhalt.** Mehrere Seitentitel liegen zudem außerhalb der darstellbaren Länge.
 10. **Die Vergleichsseiten folgen einer erkennbaren Vorlage.** Sie liegen unter dem Umfang, den diese Themenachse verdient, die Vertrauensseite vor dem Kauf ebenfalls.
 11. **Erfolgszahlen stehen ohne Quelle und Datum auf der Angebotsseite.** Sie sind der einzige unbelegte Zahlenblock der gesamten Website.
 12. **Die Marke ist maschinenlesbar nicht als Unternehmen mit Profilen verankert.** Verweise auf eigene Präsenzen fehlen vollständig.
 13. **Die KI-Bereitschaft bricht bei Struktur und Autorität ein.** Inhaltliche Substanz und thematische Klarheit sind dagegen stark.
 14. **Externe Bestätigung fehlt.** Es gibt kein ausgewiesenes Unternehmens- oder Autorenprofil, keine belegten Kundenreferenzen und keine eingebundenen Bewertungen.
 15. **Eine englische Fachseite ist inhaltlich unübersetzt geblieben.** Auch ihre Navigationsauszeichnung verweist auf die deutsche Fassung.
 16. **Eine indexierbare Werkzeugseite fehlt in der Seitenübersicht.** Die Werkzeugseiten für die Kernzielgruppe sind zudem am schwächsten intern angebunden.
 17. **Die Sicherheitsrichtlinie hat eine offene Stelle bei Skripten.** Das Schutzniveau ist damit geringer als es die vorhandene Absicherung nahelegt.
 18. **Menüs melden ihren Zustand nicht an Hilfstechnologien.** Ein gemeldeter Kontrastbefund ist noch am Live-Browser zu verifizieren.
 19. **Beiträge liefern kein Vorschaubild.** Geteilte Links wirken ohne visuellen Anker.
 20. **Mobil ist im ersten Bildschirm kein Weg zum Angebot sichtbar.** Auf zwei der vier Kernseiten muss zuerst gescrollt werden.
-

Einordnung für die Geschäftsführung

Diese zwanzig Punkte sind für sich genommen teilweise technisch, in der Summe beschreiben sie aber eine klare Reihenfolge. Das Fundament ist überdurchschnittlich: handwerkliche Seitenqualität, Bedienbarkeit und Bildumsetzung liegen nahe am Maximum, die inhaltliche Belegdichte ebenfalls. Die Bildprüfung stützt sich allerdings auf eine sehr kleine Stichprobe und trägt für die übrige Website nur eingeschränkt. Was fehlt, ist nicht Qualität, sondern Verlässlichkeit an der Kaufkante und Zurechenbarkeit für Systeme, die die Marke nennen sollen. Sichtbarkeit aufzubauen, bevor der Bestellweg trägt und die Zahlen zusammenpassen, verstärkt lediglich einen Weg, der aktuell nicht ans Ziel führt.

Entscheidungspunkt / Frage: Soll zuerst der Bestellweg tragfähig gemacht und die Zahlen- und Zusagenlage auf je eine verbindliche Fassung gebracht werden, bevor das Budget in den Aufbau von Sichtbarkeit fließt, mit der KI-Sichtbarkeit als der größten offenen Chance im Anschluss?

Nächster Schritt (optional)

Falls gewünscht, folgt im nächsten Schritt ein strukturierter Full Audit mit Priorisierung nach Geschäftswirkung, klarer Maßnahmenarchitektur, der Trennung von Sofortmaßnahmen und strategischen Umbauten sowie einem konkreten Umsetzungsfahrplan über drei Phasen.
