

Muster GmbH – Unternehmenswebsite

www.muster-gmbh.example/

Muster GmbH · Beispieldaten, kein echter Prüfbericht

Stand: 03.08.2026, 05:14 Uhr

71

Verbesserungswürdig

Zustandswert (0-100)

Trend: +13 Punkte seit der letzten Prüfung (vorher 58, jetzt 71)

62 offene Punkte

5 kritisch

57 zu prüfen

Zusammenfassung

Der Gesamtzustand der Website ist aktuell „Verbesserungswürdig“ (71 von 100 Punkten).

Seit dem letzten Bericht: 9 Punkte behoben und bestätigt, 3 neu erkannt, 1 wieder aufgetreten.

Aktuell offen: 62 Punkte – davon 5 kritisch und 57 zu prüfen. Die Details stehen weiter unten nach Themen geordnet.

Dieser Bericht hält technische Feststellungen zum Zeitpunkt der Prüfung fest. Er enthält keine Bewertung des Einzelfalls und keine Rechtsberatung.

Empfohlene nächste Schritte

Vorschlag für die Reihenfolge, gewichtet nach Wirkung und Aufwand. Alle Befunde stehen vollständig weiter unten.

- 1. Ein Formular sendet an eine unverschlüsselte Adresse** sofort prüfen
Ihre Agentur ändert die Empfangsadresse des Formulars auf „https://“. Aufwand wenige Minuten.
- 2. 2 eingebundene Dateien fehlen** sofort prüfen
Die aufgeführten Adressen im Browser aufrufen. Meist ist die Datei beim Umbau verschoben worden; dann genügt es, die Einbindung auf die neue Adresse zu setzen.
- 3. 4 Seiten benennen eine nicht erreichbare Adresse als maßgeblich** sofort prüfen
Die Angabe je Seite auf die eigene, erreichbare Adresse ändern. Sie stammt meist aus einer Seitenvorlage oder aus einem Umzug. Zuständig ist die Agentur oder die Website-Betreuung.
- 4. 3 Seiten sind von der Google-Suche ausgeschlossen** sofort prüfen
Die Anweisung auf den drei Seiten entfernen lassen. Häufigste Ursache ist eine aus der Testumgebung übernommene Einstellung. Bis zur Wiederaufnahme durch Google vergehen einige Tage.
- 5. Impressum nennt eine aufgehobene Vorschrift** sofort prüfen
Den Verweis auf die geltende Fassung ändern lassen. Für die inhaltliche Prüfung des Textes ist Ihre Rechtsberatung zuständig.

Sicherheit

1 kritisch, 4 zu prüfen

■ OK SSL-Zertifikat gültig bis 14.11.2026

Das Zertifikat ist noch 103 Tage gültig. Aussteller: Let's Encrypt.

Warum das zählt: Geprüft wurde die verschlüsselte Erreichbarkeit der Startseite.

■ **OK** **Verschlüsselte Verbindung wird durchgesetzt**

Aufrufe ohne Verschlüsselung werden auf die verschlüsselte Adresse umgeleitet.

Warum das zählt: Besucher landen unabhängig vom eingegebenen Link auf der gesicherten Fassung.

■ **OK** **Alle Bestandteile werden verschlüsselt geladen**

Auf der Startseite wurden keine unverschlüsselt nachgeladenen Dateien gefunden.

Warum das zählt: Browser zeigen dadurch keine Warnung neben der Adresszeile.

■ **WARNUNG** **Content-Security-Policy fehlt — keine Vorgabe, welche Skripte laufen dürfen**

Ihr Server gibt dem Browser keine Regel mit, aus welchen Quellen Skripte ausgeführt werden dürfen.

Warum das zählt: Fremder Code – etwa über ein gehacktes Plugin eingeschleust – läuft ungehindert mit und kann Eingaben Ihrer Besucher mitlesen.

Zu tun: Wirksam, aber aufwendig einzurichten. Ein Thema für Ihre Agentur, kein Notfall – erst die einfacheren Punkte dieser Liste.

■ **KRITISCH** **Ein Formular sendet an eine unverschlüsselte Adresse**

Auf 1 von 42 Seiten (2 %) sendet ein Formular seine Eingaben an eine Adresse, die mit „http://“ beginnt. Betroffen ist `muster-gmbh.example/kontakt`.

Warum das zählt: Was Besucher dort eintragen, geht offen über die Leitung und ist in fremden Netzen mitlesbar. Browser blenden vor dem Absenden eine Warnung ein.

Zu tun: Ihre Agentur ändert die Empfangsadresse des Formulars auf „https://“. Aufwand wenige Minuten.

■ **WARNUNG** **Verweise auf unverschlüsselte Adressen**

Auf 6 von 42 Seiten (14 %) stehen Verweise, deren Adresse mit „http://“ beginnt. Beispiele: `muster-gmbh.example/downloads`, `partner.example/preisliste`.

Warum das zählt: Wer einem solchen Verweis folgt, ruft das Ziel zunächst unverschlüsselt auf. In fremden Netzen ist dieser Aufruf mitlesbar.

Zu tun: Ihre Agentur stellt die Verweise auf „https://“ um. Verweise auf fremde Websites nur dort, wo das Ziel es unterstützt.

■ **WARNUNG** **Das eingesetzte System nennt seine Versionsnummer öffentlich**

Der Quelltext weist WordPress in der Fassung 6.4.2 aus. Erkennt an der Angabe im Seitenkopf.

Warum das zählt: Wer eine bekannte Lücke sucht, erspart sich damit die Prüfung, ob sie überhaupt passt. Die Erkennung des Systems allein ist dagegen unbedenklich.

Zu tun: Ihre Agentur entfernt die Versionsangabe aus dem Seitenkopf. Das ersetzt keine Aktualisierung, verkleinert aber die Angriffsfläche.

■ **OK** **Die genannte Fassung wird weiterhin mit Sicherheitsaktualisierungen versorgt (WordPress 6.4.2)**

Der Quelltext nennt WordPress 6.4.2. Für diese Hauptversion stellt der Hersteller weiterhin Sicherheitsaktualisierungen bereit, auch wenn sie nicht die neueste ist. Stand unserer Angabe: 12.8.2026, Quelle ist `wordpress.org`.

Warum das zählt: Eine ältere Hauptversion ist damit für sich genommen kein Mangel. Der Hersteller unterstützt jedoch ausdrücklich nur die jeweils neueste Fassung aktiv; die Pflege älterer Hauptversionen ist eine freiwillige Leistung ohne zugesagte Laufzeit.

Zu tun: Prüfen Sie mit Ihrer Agentur, ob die Aktualisierungen innerhalb der Hauptversion zeitnah eingespielt werden. Ein Wechsel auf die neueste Hauptversion ist mittelfristig zu planen.

■ **WARNUNG** **Eine nicht mehr gepflegte Programmbibliothek ist eingebunden**

Auf 42 von 42 Seiten (100 %) ist jQuery in der Fassung 1.12.4 eingebunden.

Warum das zählt: Für diese Hauptversion sind Sicherheitslücken öffentlich beschrieben, und sie werden nicht mehr geschlossen.

Zu tun: Ihre Agentur hebt die Bibliothek auf eine gepflegte Fassung an. Das erfordert einen Test der betroffenen Funktionen.

■ OK Tempo-Messung durchgeführt (Startseite, mobil)

Die Startseite wurde über Googles Messdienst geladen und bewertet. Grundlage sind Labormessung und, wo vorhanden, echte Besucherdaten.

Warum das zählt: Die Einzelwerte darunter beziehen sich auf diese Messung.

■ WARNUNG Tempo-Gesamtnote 54 von 100 (mobil)

Googles Gesamtnote für die Ladegeschwindigkeit auf dem Handy liegt bei 54 von 100 Punkten.

Warum das zählt: Unter 50 Punkten stuft Google die Seite als langsam ein. Auf Mobilfunkverbindungen springen Besucher hier messbar häufiger ab.

Zu tun: Die drei Einzelwerte darunter benennen die Ursachen. Der größte Hebel sind die Bilder – siehe den Befund weiter unten.

■ WARNUNG Largest Contentful Paint: 3,4 s — Darstellungszeit des größten sichtbaren Elements

Bis das größte sichtbare Element der Startseite fertig geladen ist, vergehen 3,4 Sekunden. Als gut gilt unter 2,5 Sekunden.

Warum das zählt: Bis dahin sieht der Besucher eine unfertige Seite. Das betrifft vor allem das Titelbild auf Mobilgeräten.

Zu tun: Das Titelbild verkleinert ausliefern und vorrangig laden lassen. Ihre Agentur setzt das in unter einer Stunde um.

■ OK Layout bleibt beim Laden stabil (Messwert 0,02)

Der Seiteninhalt verschiebt sich beim Laden kaum. Als gut gilt ein Wert unter 0,1.

Warum das zählt: Besucher treffen beim Tippen das, was sie sehen.

■ WARNUNG Total Blocking Time: 410 ms — Zeit ohne Reaktion auf Eingaben

Beim Laden reagiert die Seite 410 Millisekunden lang nicht auf Klicks oder Tippen. Als gut gelten Werte unter 200 Millisekunden.

Warum das zählt: Klicks in dieser Phase gehen verloren. Betroffen sind vor allem ältere Smartphones.

Zu tun: Ursache sind meist mehrere gleichzeitig geladene Skripte. Ihre Agentur prüft, welche davon erst nach dem Seitenaufbau starten können.

■ OK Auf dieses Element wartet Ihre Seite am längsten: Titelbild Startseite

Google misst die Ladezeit an dem größten sichtbaren Element der Seite. Hier ist es das oben genannte. Die Angabe stammt aus derselben Messung wie der Wert darüber.

Warum das zählt: Damit ist bekannt, woran die Ladezeit tatsächlich hängt. Ohne diese Angabe bleibt nur die Zahl, und die sagt nicht, wo anzusetzen ist.

Zu tun: Ist es ein Bild, gehört es in der benötigten Größe und in einem modernen Format ausgeliefert und vorrangig geladen.

■ OK 4 Dateien halten die Darstellung auf

Beim Aufruf werden 4 Dateien geladen, bevor überhaupt etwas erscheint. Die Adressen stehen in der Liste.

Warum das zählt: Bis diese Dateien geladen sind, sieht der Besucher eine weiße Seite. Das ist die häufigste einzelne Ursache für einen schlechten Ladezeit-Wert.

Zu tun: Gestaltungsdateien und Skripte, die für die erste Darstellung nicht nötig sind, nachrangig laden. Ein Eingriff in die Seitenvorlage.

■ WARNUNG Website reagiert nach 340 Millisekunden auf eine Eingabe (Interaction to Next Paint)

Gemessen wird die Zeitspanne zwischen einer Eingabe und der sichtbaren Reaktion darauf, etwa beim Öffnen eines Menüs. Die Zahl stammt aus echten Besuchen der letzten 28 Tage. Google bewertet bis 200 Millisekunden als gut.

Warum das zählt: Dieser Wert ist seit 2024 einer der drei Werte, mit denen Google die Nutzungsqualität einer Website bewertet. Er betrifft die gesamte Besuchsdauer, nicht nur den Seitenaufbau.

Zu tun: Ursache ist fast immer JavaScript, das den Browser bei jeder Eingabe beschäftigt. Ihre Agentur prüft, welche Erweiterungen entfallen können und welche erst nach dem Seitenaufbau starten.

■ **WARNUNG 2 von 3 gemessenen Schlüsselseiten unter 60 Punkten**

Neben der Startseite wurden zwei weitere häufig aufgerufene Seiten gemessen: Leistungen (48 Punkte) und Kontakt (57 Punkte).

Warum das zählt: Die Kontaktseite ist der Abschluss Ihrer wichtigsten Besucherwege. Verzögerungen wirken sich hier unmittelbar auf Anfragen aus.

Zu tun: Beide Seiten nutzen dieselben Bilder wie die Startseite. Eine einmalige Bildoptimierung wirkt auf allen dreien.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen, www.muster-gmbh.example/kontakt

■ **WARNUNG Startseite überträgt 4,2 MB**

Die Startseite lädt beim ersten Aufruf 4,2 MB. Ab etwa 2 MB gilt eine Seite als schwer.

Warum das zählt: Über Mobilfunk dauert der Aufbau spürbar länger, und bei begrenztem Datenvolumen entstehen dem Besucher Kosten.

Zu tun: Der Großteil entfällt auf Bilder. Diese komprimiert und im Format WebP auszuliefern, senkt das Gewicht erfahrungsgemäß um mehr als die Hälfte.

■ **WARNUNG 18 Bilder ohne Komprimierung, zusammen 3,1 MB**

Von 24 eingebundenen Bildern sind 18 unkomprimiert eingebunden. Das größte Einzelbild misst 890 KB.

Warum das zählt: Die Bilder bestimmen damit das Ladeverhalten der Startseite. Sie sind zugleich der Punkt mit dem besten Verhältnis von Aufwand zu Wirkung.

Zu tun: Bilder vor dem Hochladen auf die benötigte Anzeigegröße bringen und komprimieren. Viele Redaktionssysteme erledigen das per Erweiterung automatisch.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/, www.muster-gmbh.example/referenzen

■ **WARNUNG 7 von 128 Seiten (5 %) antworten langsam**

Sieben Seiten brauchten länger als zwei Sekunden bis zur ersten Antwort des Servers. Die langsamste lag bei 4,1 Sekunden.

Warum das zählt: Die Verzögerung entsteht vor dem Laden der Inhalte. Betroffene Seiten wirken auch bei guter Verbindung träge.

Zu tun: Ihr Hoster kann anhand der Liste prüfen, ob Datenbankabfragen oder fehlende Zwischenspeicherung die Ursache sind.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/referenzen/2019, www.muster-gmbh.example/suche

■ **WARNUNG Bei vielen Bildern fehlt die Größenangabe**

Auf 31 von 42 Seiten (74 %) fehlt bei mindestens einem Bild die Angabe zu Breite oder Höhe. Insgesamt betrifft das 118 Bilder.

Warum das zählt: Der Browser kann den Platz erst reservieren, wenn beide Angaben vorliegen. Ohne sie springt das Layout, sobald ein Bild erscheint. Das ist die häufigste Ursache des gemessenen Verschiebungswerts.

Zu tun: Ihre Agentur ergänzt Breite und Höhe im Quelltext. Viele Redaktionssysteme setzen beides beim Einfügen automatisch.

■ **WARNUNG Einzelne Unterseiten haben einen ungewöhnlich großen Quelltext**

Auf 2 von 42 Seiten (5 %) ist das HTML-Dokument größer als 500 KB. Die größte ist muster-gmbh.example/referenzen mit 1,3 MB.

Warum das zählt: Der Browser muss das gesamte Dokument lesen, bevor er etwas anzeigt. Auf dem Mobilfunknetz verzögert das den ersten Eindruck spürbar.

Zu tun: Ihre Agentur prüft, ob die Seite in mehrere aufgeteilt oder Inhalt nachgeladen werden kann. Bilder und Skripte zählen hier nicht mit.

■ **WARNUNG** Ihr Unternehmenseintrag ist unvollständig (Telefonnummer fehlt)

Die maschinenlesbare Auszeichnung Ihres Unternehmens ist vorhanden, nennt aber nicht alle Angaben, die Google im Suchergebnis anzeigen kann. Es fehlt: Telefonnummer.

Warum das zählt: Google kann nur anzeigen, was ausgezeichnet ist. Für einen Betrieb mit Kundenverkehr sind Anschrift und Telefonnummer die Angaben, über die Anfragen zustande kommen.

Zu tun: Die fehlenden Angaben im Unternehmenseintrag ergänzen. In verbreiteten Redaktionssystemen gibt es dafür eine Erweiterung.

■ **WARNUNG** Die ausgezeichneten Sterne-Bewertungen zeigt Google nicht an

Auf 42 von 42 Seiten (100 %) ist eine Bewertung maschinenlesbar an Ihr eigenes Unternehmen geknüpft.

Warum das zählt: Google zeigt seit September 2019 keine Sterne mehr an, wenn das bewertete Unternehmen die Bewertungen selbst verwaltet. Die Auszeichnung bleibt ohne Wirkung im Suchergebnis.

Zu tun: Wenn Sterne im Suchergebnis das Ziel sind, führt der Weg über Bewertungen bei Plattformen, die Google selbst auswertet – etwa das Unternehmensprofil bei Google.

■ **WARNUNG** 6 von 128 Seiten (5 %) tragen denselben Titel

Sechs Seiten verwenden den Titel „Muster GmbH“. Zwölf weitere Seiten haben keinen Beschreibungstext.

Warum das zählt: Google entscheidet bei gleichen Titeln selbst, welche Seite es anzeigt – oder keine davon. Für die betroffenen Seiten verlieren Sie die Kontrolle über den Sucheintrag.

Zu tun: Je Seite einen eigenen Titel vergeben. Aufwand rund zehn Minuten je Seite, in der Regel Aufgabe der Redaktion.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/team, www.muster-gmbh.example/standort, www.muster-gmbh.example/historie

■ **OK** Seitentitel der Startseite vorhanden (58 Zeichen)

Die Startseite trägt den Titel „Muster GmbH – Anlagenbau aus Norddeutschland“.

Warum das zählt: Der Titel ist die Überschrift Ihres Google-Ergebnisses und liegt in der empfohlenen Länge.

■ **WARNUNG** Beschreibungstext der Startseite fehlt

Für die Startseite ist kein Beschreibungstext hinterlegt.

Warum das zählt: Google setzt dann einen beliebigen Satz aus dem Seiteninhalt unter den Titel. Das kostet Klicks, weil dort selten die Kernaussage steht.

Zu tun: Einen Satz mit 120 bis 155 Zeichen im Redaktionssystem hinterlegen. Aufwand: wenige Minuten.

■ **OK** Maßgebliche Adresse ist hinterlegt

Die Startseite benennt sich selbst als maßgebliche Adresse.

Warum das zählt: Ist derselbe Inhalt unter mehreren Adressen erreichbar, weiß Google dadurch, welche zählt.

■ **OK** Startseite darf in den Suchergebnissen erscheinen

Die Startseite enthält keine Anweisung, die Suchmaschinen ausschließt.

Warum das zählt: Der häufigste Grund für ein plötzliches Verschwinden aus der Suche liegt damit nicht vor.

■ **WARNUNG** 9 von 128 Seiten (7 %) ohne Hauptüberschrift

Auf neun Seiten fehlt die Hauptüberschrift, auf drei weiteren stehen zwei davon.

Warum das zählt: Besuchern fehlt die Orientierung beim Überfliegen, und Google fehlt das deutlichste Signal, worum es auf der Seite geht.

Zu tun: Je Seite genau eine Hauptüberschrift setzen. Im Redaktionssystem ist das die Formatvorlage „Überschrift 1“.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt, www.muster-gmbh.example/anfahrt

■ **WARNUNG 14 von 128 Seiten (11 %) mit sehr wenig Text**

Vierzehn Seiten enthalten weniger als 150 Wörter. Es handelt sich überwiegend um Referenz-Einzelseiten.
Warum das zählt: Solche Seiten beantworten selten eine Suchanfrage vollständig und erscheinen deshalb kaum in den Ergebnissen.

Zu tun: Entweder inhaltlich ausbauen oder mehrere Referenzen auf einer Übersichtsseite zusammenfassen.
Größerer redaktioneller Aufwand.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/referenzen/halle-4, www.muster-gmbh.example/referenzen/lager-b

■ **WARNUNG 63 Bilder ohne Alternativtext**

Von 214 Bildern auf der Website tragen 63 keinen Alternativtext.

Warum das zählt: Vorleseprogramme überspringen diese Bilder, und in der Google-Bildersuche sind sie nicht auffindbar. Barrierefreiheit ist für öffentliche Auftraggeber ein Vergabekriterium.

Zu tun: Alternativtexte lassen sich im Redaktionssystem nachtragen. Sinnvoll ist, mit den Bildern der meistbesuchten Seiten zu beginnen.

■ **WARNUNG 11 von 128 Seitentiteln (9 %) über 60 Zeichen**

Elf Titel überschreiten die Länge, die Google in den Ergebnissen anzeigt. Der längste misst 94 Zeichen.

Warum das zählt: Google schneidet den Titel ab. Steht die Kernaussage hinten, sieht der Suchende sie nicht.

Zu tun: Die betroffenen Titel auf höchstens 60 Zeichen kürzen und das Wichtigste nach vorn stellen.

■ **WARNUNG Keine maschinenlesbaren Zusatzangaben hinterlegt**

Die Website enthält keine strukturierten Angaben zu Unternehmen, Adresse oder Öffnungszeiten.

Warum das zählt: Erweiterte Google-Ergebnisse – etwa Adresse, Telefonnummer oder Bewertungssterne direkt im Suchergebnis – sind damit ausgeschlossen.

Zu tun: Für Unternehmensdaten genügt ein einmalig eingebundener Datenblock. Viele Redaktionssysteme bieten das als Erweiterung an.

■ **WARNUNG Vorschaubild für geteilte Links fehlt**

Beim Teilen einer Seite über WhatsApp, LinkedIn oder Facebook wird kein Vorschaubild angezeigt.

Warum das zählt: Geteilte Links erscheinen als reine Textzeile. Sie werden deutlich seltener angeklickt als Links mit Bild.

Zu tun: Ein Vorschaubild von 1200 × 630 Pixeln zentral hinterlegen. Aufwand: einmalig etwa eine halbe Stunde.

■ **OK Google-Zahlen ausgewertet: 4.812 Klicks in 28 Tagen**

In den letzten 28 Tagen kamen 4.812 Besuche über die Google-Suche, bei 96.400 Einblendungen.

Warum das zählt: Keine der Seiten mit Zugriffen weist zugleich einen technischen Fehler auf.

■ **WARNUNG 6 Seiten sind nur über einen einzigen Verweis erreichbar**

Auf 6 von 42 Seiten (14 %) führt aus dem übrigen Bestand genau ein interner Verweis.

Warum das zählt: Fällt dieser eine Verweis weg – etwa beim Umbau eines Menüs –, ist die Seite für Besucher und Suchmaschinen nicht mehr auffindbar.

Zu tun: Wichtige Seiten von mehreren Stellen aus verlinken, etwa zusätzlich aus einer Übersichtsseite oder aus verwandten Inhalten. Redaktionelle Arbeit.

■ **WARNUNG 4 Seiten tragen denselben Text (2 Gruppen)**

4 von 42 erfassten Seiten sind wortgleich mit mindestens einer anderen Seite. Verglichen wurde der sichtbare Text ab 150 Wörtern.

Warum das zählt: Google nimmt bei gleichem Text nur eine der Seiten in die Suche auf und entscheidet selbst, welche. Die übrigen erscheinen nicht – auch dann nicht, wenn gerade sie für Ihre Kundschaft die wichtigeren sind.

Zu tun: Die betroffenen Seiten inhaltlich unterscheiden, oder – wenn die Doppelung gewollt ist – auf jeder Seite die maßgebliche Adresse hinterlegen. Häufigste Ursache sind Ortsseiten mit ausgetauschtem Ortsnamen.

■ **WARNUNG** Blindtext aus der Bauphase steht noch auf der Website (1 Seite)

Auf 1 von 42 Seiten (2 %) steht Text, der beim Aufbau der Seite als Platzhalter eingesetzt wird.

Warum das zählt: Wer darauf stößt, hält die Website für unfertig. Suchmaschinen bewerten die Seite zudem nach diesem Text.

Zu tun: Die betroffene Seite mit dem vorgesehenen Inhalt füllen oder aus der Navigation nehmen, bis sie fertig ist.

■ **KRITISCH** 4 Seiten benennen eine nicht erreichbare Adresse als maßgeblich

Auf 4 von 128 Seiten (3 %) verweist die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Adresse, die in diesem Lauf einen Fehler lieferte (Fachbegriff: Canonical). Ziel und Fehler stehen je Seite in der Liste.

Warum das zählt: Suchmaschinen folgen dieser Angabe und bevorzugen die genannte Adresse. Ist sie nicht abrufbar, kann die Seite aus dem Suchindex fallen. Ein sichtbarer Ausfall entsteht dabei nicht: Die Seite selbst wird weiter ausgeliefert.

Zu tun: Die Angabe je Seite auf die eigene, erreichbare Adresse ändern. Sie stammt meist aus einer Seitenvorlage oder aus einem Umzug. Zuständig ist die Agentur oder die Website-Betreuung.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen/wartung (-> muster-gmbh.example/wartungsvertrag (Fehler 404))

■ **WARNUNG** 6 Seiten benennen eine weiterleitende Adresse als maßgeblich

Auf 6 von 128 Seiten (5 %) zeigt die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Adresse, die selbst weiterleitet. Der jeweilige Weg steht in der Liste.

Warum das zählt: Die Angabe soll die endgültige Adresse benennen. Jeder Zwischenschritt ist eine zusätzliche Fehlerquelle: Fällt die Weiterleitung weg, verweist die Angabe auf eine Adresse ohne Inhalt. Suchmaschinen werten solche Fälle uneinheitlich aus.

Zu tun: Die Angabe auf das Ziel der Weiterleitung umstellen. Die Weiterleitung selbst bleibt bestehen, damit alte Lesezeichen und fremde Verweise weiter funktionieren. Kleiner Eingriff der Agentur.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/team (-> muster-gmbh.example/ueber-uns -> muster-gmbh.example/unternehmen)

■ **WARNUNG** 2 Seiten benennen eine von der Suche ausgeschlossene Adresse als maßgeblich

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) verweist die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine Seite, die selbst eine Sperre gegen die Aufnahme in den Suchindex trägt (Angabe „noindex“).

Warum das zählt: Beide Angaben widersprechen sich. Als maßgeblich benannt ist eine Adresse, die ausdrücklich nicht in den Index soll. Suchmaschinen entscheiden dann selbst; im Regelfall verschwindet auch die verweisende Seite aus dem Index.

Zu tun: Entscheiden, welche der beiden Angaben gelten soll. Entweder die Sperre auf der Zielseite entfernen oder die maßgebliche Adresse auf eine Seite ohne Sperre ändern. Zuständig ist die Agentur oder die Website-Betreuung.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/produkte/pumpe-a (-> muster-gmbh.example/produkte/druckansicht)

■ **WARNUNG** 3 Seiten benennen eine fremde Domain als maßgebliche Adresse

Auf 3 von 128 Seiten (2 %) zeigt die Angabe zur maßgeblichen Adresse auf eine andere Domain: hersteller-partner.example. Ob das gewollt ist, stellt diese Prüfung nicht fest.

Warum das zählt: Mit dieser Angabe treten Sie die Sichtbarkeit der Seite an die genannte Domain ab. Im Suchergebnis erscheint dann in der Regel die fremde Adresse. Bei Nachdrucken und Partnerinhalten ist genau das beabsichtigt.

Zu tun: Je Seite prüfen, ob die fremde Adresse gewollt ist. Häufigste unbeabsichtigte Ursache ist eine aus einer Vorlage oder einer Testumgebung übernommene Angabe. Änderung durch die Agentur.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/produkte/pumpe-b (-> hersteller-partner.example/pumpen/b)

■ **OK** Maßgebliche Adressen (Kanonisierung) — Umfang dieser Prüfung

Von 128 erfassten Seiten tragen 121 eine Angabe zur maßgeblichen Adresse. Davon verweisen 106 auf die eigene Adresse. Von den übrigen Zielen wurden 12 im erfassten Bestand wiedergefunden; für 3 lag keine Information vor.

Warum das zählt: Der erfasste Bestand eines Laufs endet bei 300 Seiten. Ein Ziel außerhalb davon wird nicht als Mangel gemeldet. Eine Adresse kann erreichbar sein und trotzdem außerhalb des erfassten Bereichs liegen.

Zu tun: Die Ziele ohne Information lassen sich mit einem Aufruf im Browser prüfen. Antwortet die Adresse normal, besteht kein Handlungsbedarf.

■ KRITISCH Impressum nennt eine aufgehobene Vorschrift

Das Impressum verweist auf § 5 TMG. Das Telemediengesetz ist seit Mai 2024 außer Kraft; die Angaben stehen jetzt in § 5 DDG.

Warum das zählt: Die Pflichtangaben selbst sind vorhanden. Der Verweis auf eine aufgehobene Norm ist ein häufiger Anlass für Abmahnschreiben.

Zu tun: Den Verweis auf die geltende Fassung ändern lassen. Für die inhaltliche Prüfung des Textes ist Ihre Rechtsberatung zuständig.

■ WARNUNG Google Analytics lädt vor der Einwilligung

Die Analyse-Software startet bereits beim ersten Seitenaufruf, bevor der Besucher im Banner entschieden hat.

Warum das zählt: Für Analysedienste ist eine vorherige Einwilligung vorgesehen (§ 25 TDDDG). Zum Zeitpunkt der Prüfung lag sie nicht vor.

Zu tun: Die meisten Einwilligungslösungen bieten dafür eine Einstellung, die Skripte bis zur Zustimmung zurückhält. Ihre Agentur aktiviert sie.

■ WARNUNG YouTube-Video lädt direkt von Google-Servern

Auf der Seite „Unternehmen“ ist ein Video eingebunden, das beim Aufruf unmittelbar von Google geladen wird.

Warum das zählt: Dabei erfährt der Anbieter die IP-Adresse Ihres Besuchers, auch ohne Klick auf das Video.

Zu tun: YouTube bietet eine Einbettung ohne Vorab-Verbindung an. Alternativ eine Vorschaugrafik zeigen, die das Video erst auf Klick lädt.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/unternehmen

■ WARNUNG Schriften werden von Google-Servern nachgeladen

Die Website lädt zwei Schriftarten bei jedem Aufruf von fonts.googleapis.com.

Warum das zählt: Dabei wird die IP-Adresse des Besuchers an den Anbieter übertragen. Gerichte haben das mehrfach beanstandet.

Zu tun: Die Schriften auf den eigenen Server legen und von dort ausliefern. Aufwand für die Agentur rund eine Stunde, Nebeneffekt ist ein schnellerer Seitenaufbau.

■ WARNUNG Cookie-Banner vorhanden, hält Dienste aber nicht zurück

Ein Banner ist eingebunden. Die Analyse- und Kartendienste starten unabhängig davon, welche Schaltfläche der Besucher wählt.

Warum das zählt: Ein Banner ohne Wirkung erfüllt seinen Zweck nicht. Nach außen entsteht der Eindruck, die Einwilligung werde eingeholt.

Zu tun: Im Banner die betroffenen Dienste als einwilligungspflichtig eintragen und die Sperre einschalten. Aufwand: rund eine Stunde.

Barrierefreiheit

9 zu prüfen

■ WARNUNG 6 Formularfelder ohne Beschriftung

Auf 3 von 128 Seiten (2 %) tragen Eingabefelder keine verknüpfte Beschriftung. Ein Platzhaltertext im Feld zählt nicht als Beschriftung.

Warum das zählt: Vorleseprogramme geben dann keinen Feldnamen aus. Wer die Seite nicht sehen kann, erfährt nicht, was einzutragen ist – beim Kontaktformular endet der Vorgang dort.

Zu tun: Je Feld eine Beschriftung mit dem Eingabefeld verknüpfen. Meist eine einmalige Änderung an der Formularvorlage durch die Agentur.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt, www.muster-gmbh.example/newsletter

■ **WARNUNG 41 Links mit nichtssagendem Linktext**

Auf 22 von 128 Seiten (17 %) stehen Links, deren Text das Ziel nicht benennt. Häufigste Formulierung: „mehr“.

Warum das zählt: Vorleseprogramme können alle Links einer Seite als Liste ausgeben. Steht dort mehrfach „mehr“, ist keiner davon unterscheidbar. Auch Suchmaschinen werten den Linktext als Hinweis auf das Ziel.

Zu tun: Den Linktext auf das Ziel umschreiben, etwa „Leistungen ansehen“ statt „mehr“. Redaktionelle Arbeit, wenige Sekunden je Link.

■ **WARNUNG Auf 12 Seiten werden Überschriftenebenen übersprungen**

Auf 12 von 128 Seiten (9 %) folgt auf eine Überschrift eine um mehr als eine Stufe tiefere. Beispiel aus dem erfassten Bestand: H2 gefolgt von H4.

Warum das zählt: Die Überschriften bilden die Gliederung der Seite. Vorleseprogramme navigieren an ihnen entlang; eine ausgelassene Stufe lässt offen, ob ein Abschnitt untergeordnet ist oder ein neues Thema beginnt.

Zu tun: Überschriften lückenlos stufen: auf H2 folgt H2 oder H3, nicht H4. Die Stufe bestimmt die Gliederung, die Schriftgröße regelt die Gestaltungsvorlage.

■ **WARNUNG Mehrfach vergebene Kennungen im Quelltext (id-Attribut)**

Auf 8 von 128 Seiten (6 %) kommt mindestens eine Kennung mehrfach vor. Betroffen ist überwiegend der Suchbereich in der Kopfzeile.

Warum das zählt: Beschriftungen und Sprungmarken binden über diese Kennung an ein Element. Ist sie doppelt vergeben, ist die Zuordnung nicht eindeutig und trifft ein anderes als das gemeinte Element.

Zu tun: Kennungen eindeutig vergeben. Entsteht meist dadurch, dass ein Baustein mehrfach auf derselben Seite eingebunden wird – dann genügt eine Korrektur in der Vorlage.

■ **WARNUNG 3 verlinkte Bilder ohne Textalternative**

Auf 128 von 128 Seiten (100 %) führt ein Bild ohne Alternativtext zu einem Link, der selbst keinen Text enthält. Es handelt sich um Logo und Symbole in der Kopfzeile.

Warum das zählt: Für Vorleseprogramme bleibt dieser Link ohne Bezeichnung; ausgegeben wird dann meist die Zieladresse.

Zu tun: Dem Bild einen Alternativtext geben, der das Ziel benennt – beim Logo also „Zur Startseite“ statt „Logo“. Eine Korrektur in der Seitenvorlage wirkt auf allen Seiten.

■ **WARNUNG 2 Tabellen ohne Kopfzeile**

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) steht eine Tabelle mit mehreren Zeilen und Spalten, deren Kopfzeile nicht als solche ausgezeichnet ist.

Warum das zählt: Vorleseprogramme nennen beim Vorlesen einer Zelle sonst nicht die zugehörige Spaltenüberschrift. Ohne diesen Bezug ist eine Preistabelle nicht erfassbar.

Zu tun: Die Kopfzellen auszeichnen und ihre Richtung angeben. Einmalige Arbeit je Tabellenvorlage; reine Layout-Tabellen sind davon ausgenommen.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/preise, www.muster-gmbh.example/anfahrt

■ **WARNUNG 2 eingebettete Inhalte ohne Bezeichnung**

Auf 2 von 128 Seiten (2 %) sind fremde Inhalte eingebunden, die keine Bezeichnung tragen: ein Kartenausschnitt und ein Video.

Warum das zählt: Vorleseprogramme kündigen den eingebundenen Bereich ohne Namen an. Vor dem Hineinwechseln ist nicht erkennbar, was dort zu erwarten ist.

Zu tun: Eine einzelne Bezeichnung je Einbindung, etwa „Anfahrtskarte“ oder „Imagefilm“. Kleiner Eingriff an der Stelle, an der der Inhalt eingebunden wird.

■ **WARNUNG 4 Elemente mit fest vorgegebener Tastatur-Reihenfolge**

Auf 1 von 128 Seiten ist die Reihenfolge beim Weiterschalten per Tabulatortaste von Hand vorgegeben.

Warum das zählt: Diese Elemente werden vor allen übrigen angesteuert, unabhängig von ihrer Position auf der Seite.

Die Bedienung per Tastatur springt dadurch in einer Reihenfolge, die dem Layout widerspricht.

Zu tun: Die festen Werte entfernen; die Reihenfolge ergibt sich dann aus dem Quelltext.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/kontakt

■ OK **Barrierefreiheit — automatisiert prüfbare Merkmale ausgewertet**

Geprüft wurden acht Struktur-Merkmale im Quelltext von 128 Seiten. Dazu zählen Beschriftung von Formularfeldern, Linktexte, Überschriftenebenen, eindeutige Kennungen, Textalternativen verlinkter Bilder, Tabellenkopfzeilen, Bezeichnung eingebetteter Inhalte und Tastatur-Reihenfolge.

Warum das zählt: Automatisierte Prüfungen erfassen nur einen Teil der anerkannten Anforderungen. Ohne manuelle Kontrolle nicht prüfbar sind Farbkontraste, Bedienbarkeit per Tastatur, Reihenfolge des Fokus und die Eignung vorhandener Alternativtexte. Aus diesem Ergebnis lässt sich keine Aussage über die Konformität mit einer Norm ableiten.

Zu tun: Die aufgeführten Punkte lassen sich im Redaktionssystem oder in der Seitenvorlage beheben. Für eine belastbare Gesamtaussage ist zusätzlich eine manuelle Prüfung durch eine fachkundige Person nötig.

■ **WARNUNG Auf dem Telefon lässt sich die Seite nicht vergrößern (42 Seiten)**

Auf 42 von 42 Seiten (100 %) unterbindet die Anzeige-Angabe im Seitenkopf das Vergrößern mit zwei Fingern.

Warum das zählt: Wer eine Lesebrille braucht, vergrößert die Seite auf dem Telefon. Ist das unterbunden, bleibt der Text unlesbar.

Zu tun: In der Anzeige-Angabe des Seitenkopfs die Sperre entfernen. Eine Zeile in der Seitenvorlage.

Technik & Erreichbarkeit

2 kritisch, 14 zu prüfen

■ OK **128 Unterseiten durchgesehen**

Die Prüfung hat 128 Seiten vollständig erfasst. Der Lauf endete regulär, nicht wegen einer Zeitgrenze.

Warum das zählt: Die Aussagen dieses Berichts beziehen sich auf diesen Stand.

■ **WARNUNG 4 interne Links führen auf Fehlerseiten**

Vier Verweise innerhalb der Website enden mit Fehler 404. Zwei davon stehen in der Fußzeile und damit auf jeder Seite.

Warum das zählt: Besucher landen auf einer Fehlerseite statt beim gesuchten Inhalt. Bei Links in der Fußzeile betrifft das jeden Seitenaufruf.

Zu tun: Die vier Ziele in der Liste korrigieren oder die Verweise entfernen. Aufwand: wenige Minuten je Link.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/downloads/preisliste-2024.pdf, www.muster-gmbh.example/karriere/stellen

■ OK **Website läuft unter genau einer Adresse**

Aufrufe ohne „www“ werden auf die Fassung mit „www“ umgeleitet.

Warum das zählt: Der Inhalt ist damit nicht doppelt erreichbar; Google zählt alle Signale auf eine Adresse.

■ **WARNUNG 17 interne Links zeigen auf weiterleitende Adressen**

Siebzehn Verweise innerhalb der Website führen zunächst auf eine Umleitung und erst dann zum Ziel.

Warum das zählt: Jede Umleitung kostet Ladezeit. Die Seiten funktionieren, sind aber langsamer als nötig.

Zu tun: Die Links direkt auf das endgültige Ziel setzen. Kleiner Aufwand, meist in einem Durchgang zu erledigen.

■ **WARNUNG 2 Weiterleitungen laufen über mehrere Stationen**

Zwei Adressen leiten über eine Zwischenstation weiter, bevor die Zielseite erscheint.

Warum das zählt: Jede zusätzliche Station verlängert den Aufruf. Suchmaschinen folgen langen Ketten nur begrenzt.

Zu tun: Die Weiterleitungsregeln so zusammenfassen, dass die erste Station direkt auf das Ziel zeigt. Ihr Hoster oder Ihre Agentur ändert das in der Serverkonfiguration.

■ **KRITISCH 3 Seiten sind von der Google-Suche ausgeschlossen**

Drei Seiten tragen eine Anweisung, die Suchmaschinen die Aufnahme untersagt – darunter die Seite „Leistungen“.

Warum das zählt: Diese Seiten erscheinen in keinem Suchergebnis. Bei „Leistungen“ betrifft das eine Ihrer wichtigsten Einstiegsseiten.

Zu tun: Die Anweisung auf den drei Seiten entfernen lassen. Häufigste Ursache ist eine aus der Testumgebung

übernommene Einstellung. Bis zur Wiederaufnahme durch Google vergehen einige Tage.

Betroffen: www.muster-gmbh.example/leistungen, www.muster-gmbh.example/leistungen/wartung,
www.muster-gmbh.example/downloads

■ OK Favicon vorhanden

Das Symbol für den Browser-Tab ist hinterlegt und abrufbar.

Warum das zählt: In Lesezeichen und geöffneten Tabs ist Ihre Website dadurch wiedererkennbar.

■ OK sitemap.xml gefunden (131 Adressen)

Unter /sitemap.xml liegt eine gültige Übersicht mit 131 Adressen.

Warum das zählt: Suchmaschinen finden darüber auch Seiten, die kaum verlinkt sind.

■ WARNUNG 9 erreichbare Seiten fehlen in der sitemap.xml

Neun Seiten wurden beim Durchgang gefunden, stehen aber nicht in der Übersicht. Umgekehrt nennt die Übersicht zwölf Adressen, die es nicht mehr gibt.

Warum das zählt: Neue Seiten werden dadurch später gefunden, und veraltete Einträge führen Suchmaschinen auf Fehlerseiten.

Zu tun: Die Übersicht automatisch erzeugen lassen, statt sie zu pflegen. Alle gängigen Redaktionssysteme bieten das an.

■ OK robots.txt in Ordnung

Die Datei ist vorhanden und schränkt weder Suchmaschinen noch diese Prüfung ein.

Warum das zählt: Der häufigste Grund für eine vollständig unsichtbare Website liegt damit nicht vor.

■ OK Zugriff durch KI-Dienste: 4 von 25 Kennungen sind ausgeschlossen

Die robots.txt Ihrer Website sperrt 4 von 25 bekannten Kennungen aus. Training, also die Nutzung Ihrer Inhalte als Lernmaterial: 4 von 14 Kennungen gesperrt (GPTBot, ClaudeBot, CCBot, Bytespider). Live-Abruf, also das Holen der Seite bei einer konkreten Frage: 0 von 7 Kennungen gesperrt. Suchindex, also die gewohnte Suche bei Google und Bing: 0 von 4 Kennungen gesperrt. Namentlich aufgeführt sind 4 der 25 Kennungen; für die übrigen gilt die Sammelregel für alle Programme.

Warum das zählt: Diese Einstellung entscheidet, ob Ihre Inhalte in Antworten von KI-Diensten auftauchen und ob sie als Lernmaterial verwendet werden. Beides lässt sich getrennt regeln. Zur Einordnung: Die Kennung Google-Extended betrifft ausschließlich Gemini. Auf die Google-Suche und auf die KI-Übersichten in den Suchergebnissen hat sie keinen Einfluss; dafür ist Googlebot maßgeblich.

Zu tun: Hier ist nichts zu beheben; der Punkt beschreibt eine Einstellung. Wenn Sie in KI-Antworten sichtbar sein möchten, lassen Sie die Kennungen für den Live-Abruf zu. Wenn Sie die Nutzung Ihrer Inhalte als Lernmaterial einschränken möchten, sperren Sie die Kennungen für das Training. Beides ändert Ihr Hoster oder Ihre Agentur mit wenigen Zeilen in der robots.txt. Welcher Weg zu Ihrem Geschäft passt, entscheiden Sie; diese Prüfung gibt dazu keine Empfehlung ab.

■ OK Sprache der Seiten ist ausgezeichnet (Deutsch)

Alle geprüften Seiten geben Deutsch als Sprache an.

Warum das zählt: Vorleseprogramme wählen dadurch die richtige Aussprache, und Google ordnet die Seiten dem deutschsprachigen Raum zu.

■ OK Seiten sind für Smartphones vorbereitet

Alle geprüften Seiten enthalten die Angabe zur Darstellung auf kleinen Bildschirmen.

Warum das zählt: Google bewertet Websites vorrangig in der mobilen Fassung.

■ INFO Seiten ohne JavaScript-Ausführung geprüft

Die Prüfung hat die Seiten wie ein einfacher Abruf geladen, nicht wie ein vollständiger Browser.

Warum das zählt: Inhalte, die erst durch JavaScript entstehen, sind in diesem Bericht nicht enthalten. Für diese Website war das nicht erforderlich.

Zu tun: Nichts zu tun. Bei Websites mit stark nachgeladenen Inhalten lässt sich die Prüfung mit Browser-Darstellung im Projekt einschalten.

■ OK 2 Mailserver hinterlegt

Für stadtbaeckerei-mueller.example sind 2 Mailserver eingetragen.
Warum das zählt: Fällt ein Server aus, übernimmt ein anderer.

■ WARNUNG Jeder kann derzeit in Ihrem Namen E-Mails versenden

Für stadtbaeckerei-mueller.example ist nicht festgelegt, welche Server in Ihrem Namen versenden dürfen (Fachbegriff: SPF).

Warum das zählt: Fremde können Nachrichten mit Ihrer Absenderadresse verschicken. Zugleich stuften viele Empfänger Ihre eigenen Nachrichten als unsicher ein.

Zu tun: Lassen Sie von Ihrem Hoster einen SPF-Eintrag anlegen, der Ihre versendenden Systeme aufführt. Das ist ein einzelner Eintrag im Namenssystem.

■ WARNUNG Die Regel gegen gefälschte Nachrichten ist eingetragen, greift aber nicht

Die DMARC-Regel von stadtbaeckerei-mueller.example steht auf „none“. Das bedeutet: nur beobachten, nichts unternehmen.

Warum das zählt: Gefälschte Nachrichten werden weiterhin zugestellt. In Prüfwerkzeugen sieht die Domain abgesichert aus, ohne es zu sein.

Zu tun: Werten Sie die eingehenden Berichte aus und stellen Sie die Regel danach auf „quarantine“.

■ INFO Digitale Unterschrift nicht auffindbar

Unter den 11 gängigen Bezeichnungen wurde für stadtbaeckerei-mueller.example kein Signaturschlüssel gefunden.

Warum das zählt: Das ist kein Mangel: Die Bezeichnung ist frei wählbar und lässt sich technisch nicht auflisten. Ihr Schlüssel kann unter einem anderen Namen liegen.

Zu tun: Fragen Sie bei Ihrem Mailanbieter nach, ob eine Signatur eingerichtet ist. Falls nicht, richten Sie eine ein.

■ OK Verschlüsselter Empfang ist nicht verbindlich festgelegt

stadtbaeckerei-mueller.example verlangt von sendenden Servern keine verschlüsselte Verbindung.

Warum das zählt: Nachrichten werden in aller Regel trotzdem verschlüsselt übertragen. Ein Angreifer in der Leitung könnte die Verschlüsselung jedoch abschalten, ohne dass es auffällt.

Zu tun: Diese Absicherung ist optional und lohnt vor allem bei vertraulichem Schriftverkehr. Ihr Mailanbieter kann sie einrichten.

■ OK Die Namensauflösung ist auf 2 Nameserver verteilt

Für muster-gmbh.example sind 2 Nameserver eingetragen (ns1.hoster.example, ns2.hoster.example). Alle liegen in derselben übergeordneten Domain (hoster.example). Die Ausfallsicherheit ist damit geringer, als die Anzahl vermuten lässt. Bei den meisten Anbietern ist das so und kein Mangel.

Warum das zählt: Fällt ein Nameserver aus, beantwortet ein anderer die Anfragen. Ihre Domain bleibt damit auffindbar.

■ OK Ihre Domain ist mit und ohne „www.“ erreichbar

Sowohl muster-gmbh.example als auch www.muster-gmbh.example liefern eine Serveradresse.

Warum das zählt: Besucher erreichen Ihre Website in beiden Schreibweisen. Welche davon die maßgebliche ist, weist der Punkt zur einheitlichen Adresse aus.

■ OK Ihre Domain ist nur über die ältere Adressart erreichbar (IPv4)

Für muster-gmbh.example ist kein Eintrag der neueren Adressart hinterlegt (AAAA-Eintrag für IPv6).

Warum das zählt: Das schließt heute niemanden aus und senkt den Zustandswert nicht. Anschlüsse ohne eigene ältere Adresse erreichen Ihre Website über die Übergangstechnik ihres Anbieters.

Zu tun: Ihr Hoster kann die neuere Adressart bereitstellen, sofern sein Netz sie führt. Für den laufenden Betrieb ist das optional; für Ausschreibungen kann es gefordert sein.

■ OK Namensauflösung (DNS) — Umfang dieser Prüfung

Abgefragt wurden ausschließlich Einträge im Namenssystem für muster-gmbh.example. Ausgewertet sind die eingetragenen Nameserver, die Serveradressen der Domain und der Schreibweise mit „www.“ sowie die neuere Adressart. Die Website selbst wurde dafür nicht abgerufen.

Warum das zählt: Nicht erfasst sind die Signierung der Namensauflösung (DNSSEC), die Antwortzeiten der Nameserver, ihre Verteilung auf verschiedene Standorte und der Abgleich mit den Angaben bei der Registrierungsstelle. Ob die hinterlegten Adressen auf den richtigen Server zeigen, stellt diese Prüfung ebenfalls nicht fest.

Zu tun: Für alle genannten Punkte ist Ihr Host oder Domain-Verwalter zuständig. Änderungen im Namenssystem wirken je nach Zwischenspeicher erst nach einigen Stunden.

■ WARNUNG 2 Adressen in der Sitemap leiten weiter

2 von 42 (5 %) geprüften Sitemap-Adressen führen nicht direkt zum Ziel, sondern über eine Weiterleitung.

Warum das zählt: Eine Sitemap soll die endgültigen Adressen nennen. Jede Weiterleitung kostet einen zusätzlichen Abruf und lässt offen, welche der beiden Adressen in den Index soll.

Zu tun: In der Sitemap jeweils die Zieladresse eintragen statt der weiterleitenden. Häufigste Ursache ist eine Umstellung der Adressen, nach der die Sitemap nicht neu erzeugt wurde.

■ OK Keine Auskunft für KI-Systeme hinterlegt (/lms.txt)

Unter der Adresse /lms.txt liegt keine Datei. Damit erklären Betreiber KI-Systemen in eigenen Worten, worum es auf ihrer Website geht.

Warum das zählt: Das ist kein Mangel und senkt den Wert dieser Prüfung nicht: Der Vorschlag ist kein Standard, und kein Anbieter sagt zu, die Datei zu lesen.

Zu tun: Wer die Sichtbarkeit in KI-Antworten aktiv gestalten will, legt eine schlichte Textdatei unter /lms.txt ab. Aufwand eine halbe Stunde.

■ KRITISCH 2 eingebundene Dateien fehlen

2 von 38 geprüften Einbindungen führen ins Leere. Betroffen sind Formatvorlage, Bild.

Warum das zählt: Fehlt eine Formatvorlage oder ein Skript, sieht die Seite anders aus als vorgesehen oder eine Funktion fällt aus. Besucher bemerken das sofort, ohne den Grund zu kennen.

Zu tun: Die aufgeführten Adressen im Browser aufrufen. Meist ist die Datei beim Umbau verschoben worden; dann genügt es, die Einbindung auf die neue Adresse zu setzen.

■ WARNUNG 9 eingebundene Dateien werden über eine Umleitung geladen

9 von 38 geprüften Einbindungen führen nicht direkt zum Ziel. Zusammen sind das 11 zusätzliche Anfragen bei jedem Seitenaufruf.

Warum das zählt: Jede Umleitung ist eine zusätzliche Anfrage, bevor die Datei überhaupt geladen wird – bei jedem Besuch, für jeden Besucher. Häufigste Ursache sind Einbindungen über „www.“ oder noch über „http://“.

Zu tun: Die Einbindungen im Quelltext auf die endgültige Adresse setzen. Steckt die Adresse in der Seitenvorlage, genügt ein einmaliger Eingriff für alle Seiten.

■ OK 38 eingebundene Dateien auf Erreichbarkeit geprüft

Von 61 im Quelltext gefundenen Einbindungen wurden 38 tatsächlich abgerufen. 23 Einbindungen liegen auf fremden Adressen und wurden nicht geprüft.

Warum das zählt: Geprüft wird ein gedeckelter Ausschnitt, damit der Lauf Ihres Server nicht belastet. Über nicht geprüfte Einbindungen sagt dieser Bericht nichts.

■ WARNUNG 7 Verstöße gegen den HTML-Standard auf der Startseite

Die Prüfung beim W3C meldet 7 Fehler im Quelltext Ihrer Startseite. Die Fundstellen stehen mit Zeilenangabe in der Liste.

Warum das zählt: Browser sind gegenüber fehlerhaftem HTML nachsichtig, reparieren aber jeder auf eigene Weise. Genau dort entstehen Darstellungsfehler, die nur auf manchen Geräten auftreten.

Zu tun: Die Fundstellen der Reihe nach durchgehen; die meisten sind in wenigen Minuten behoben.

■ OK Alle Seiten geben sich als heutiges HTML zu erkennen

Auf 42 von 42 Seiten (100 %) steht die Typangabe am Anfang des Quelltexts.

Warum das zählt: Browser stellen die Seiten damit im heutigen Modus dar, nicht im veralteten.

■ WARNUNG Veraltete Weiterleitung im Seitenkopf (2 Seiten)

Auf 2 von 42 Seiten (5 %) steht eine Weiterleitung als Angabe im Seitenkopf statt als Anweisung des Servers.

Warum das zählt: Suchmaschinen werten diese Form unzuverlässig aus; welche der beiden Adressen in den Index kommt, bleibt offen.

Zu tun: Die Weiterleitung stattdessen vom Server einrichten (dauerhaft, Status 301).

■ OK Der Zeichensatz ist auf allen Seiten angegeben

Auf 42 von 42 Seiten (100 %) ist angegeben, in welcher Zeichenkodierung die Seite verfasst ist.

Warum das zählt: Umlaute und Sonderzeichen werden damit auf jedem Gerät gleich dargestellt.

■ OK E-Mail-Adressen sind sparsam im Quelltext hinterlegt

Auf keiner Seite stehen mehr als vier verschiedene E-Mail-Adressen als Verweis.

Warum das zählt: Eine Kontaktadresse soll auffindbar sein. Erst lange Sammelisten machen eine Website für automatisierte Adress-Sammler lohnend.

■ WARNUNG Nicht vorhandene Adressen leiten auf eine vorhandene Seite weiter

Der Aufruf einer erfundenen Unteradresse wird auf `muster-gmbh.example/` weitergeleitet (Code 302). Eine Fehlermeldung gibt Ihre Website nicht aus.

Warum das zählt: Damit gilt jede vertippte und jede veraltete Adresse als gültige Seite. Suchmaschinen nehmen sie als Kopien derselben Seite auf. Echte Fehler bleiben zugleich unbemerkt.

Zu tun: Die Weiterleitung für unbekannte Adressen abschalten und stattdessen den Code 404 ausliefern.

Zuständig ist Ihre Agentur oder Ihr Hoster.

■ INFO Fehlerseite nicht bewertet

Für diesen Punkt lag keine ausgelieferte Fehlerseite zur Auswertung vor.

Warum das zählt: Ob eine Fehlerseite Besucher einordnet, ließ sich deshalb nicht feststellen. „Nicht geprüft“ ist keine Entwarnung.

■ WARNUNG Toter Verweis auf eine fremde Website (Fehler 404)

`partner-handwerk.example/referenzen` antwortet mit dem Code 404. Der Verweis steht auf `www.muster-gmbh.example/ueber-uns`.

Warum das zählt: Besucher gelangen dort nicht zum angekündigten Inhalt, sondern auf eine Fehlerseite. Betroffen sind 3 von 44 geprüften fremden Adressen (7 %).

Zu tun: Die neue Adresse des Ziels suchen und den Verweis darauf setzen. Gibt es das Angebot nicht mehr, den Verweis entfernen. Redaktionelle Arbeit, wenige Minuten je Verweis.

■ WARNUNG Fremde Website nicht mehr auffindbar

Zu `innung-beispielstadt.example/mitglieder` ließ sich kein Server ermitteln; der Domainname ist nicht hinterlegt. Der Verweis steht auf `www.muster-gmbh.example/partner`.

Warum das zählt: Der Verweis lässt sich nicht mehr aufrufen. Aufgegebene Domainnamen werden häufig neu vergeben und tragen danach fremde Inhalte. Betroffen sind 3 von 44 geprüften fremden Adressen (7 %).

Zu tun: Den Verweis entfernen oder auf eine gleichwertige Quelle setzen. Eine Suche nach der neuen Adresse lohnt hier meist nicht.

■ OK 2 Verweise führen auf nicht öffentliche Seiten

2 von 44 geprüften fremden Adressen (5 %) antworten mit dem Code 401 oder 403. Die Seite ist vorhanden, aber nicht frei abrufbar.

Warum das zählt: Das ist kein Mangel. Betroffen sind meist Anmeldeseiten und Kundenbereiche; für angemeldete Besucher führt der Verweis zum Ziel.

Zu tun: Nichts zu tun. Sollte das Ziel öffentlich sein, ist beim Betreiber der fremden Website

nachzufragen.

■ **WARNUNG 5 fremde Adressen sind dauerhaft umgezogen**

5 von 44 geprüften fremden Adressen (11 %) antworten mit einer dauerhaften Weiterleitung (Code 301 oder 308). Die verlinkten Adressen sind damit veraltet.

Warum das zählt: Die Ziele sind weiterhin erreichbar; ein Fehler ist das nicht. Jede Weiterleitung kostet aber einen zusätzlichen Abruf, und der fremde Betreiber kann sie jederzeit abschalten.

Zu tun: Die Verweise auf die jeweils genannte Zieladresse setzen; die Liste steht unten. Redaktionelle Arbeit, wenige Sekunden je Verweis.

Betroffen: lieferant.example/katalog (zeigt jetzt auf lieferant.example/produkte/katalog)

■ **OK Verweise auf fremde Websites — 44 von 61 Adressen abgerufen**

Gefunden wurden 61 verschiedene fremde Adressen auf 23 Servern. Abgerufen wurden davon 44 auf 19 Servern. 15 Adressen blieben wegen der Obergrenzen eines Laufs ungeprüft. 2 Adressen sind in der robots.txt der fremden Website für uns gesperrt.

Warum das zählt: Nicht abgerufene Adressen sind nicht bewertet. Ein dort weggefallenes Ziel bleibt in diesem Bericht unsichtbar; das ist keine Entwarnung.

Zu tun: Auf Ihrer Seite ist dazu nichts zu tun. Die Auswahl richtet sich nach der Adresse und bleibt zwischen den Läufen stabil, solange sich Ihre Verweise nicht ändern.
