

Beispielbericht – Northgate Dental Studio ist ein fiktives Unternehmen. Alle Daten sind illustrativ.

ERSTELLT FÜR

Northgate Dental Studio

12 Example Street, Leeds LS1 0AA, UK

Suchbegriff: "dentist leeds" · Datum: 1. Oktober 2026



GESAMTSCORE

Guter Start – klares Potenzial

Google-- Unternehmensprofil	Bewertungen & Reputation	Lokale Rankings (Google Maps)	Website (Local SEO)	KI-Suche (AEO & GEO)
9.2 /10	6.0 /10	2.6 /10	6.8 /10	2.7 /10
Gut	Ausbaufähig	Kritisch	Ausbaufähig	Kritisch

01

Zusammenfassung

Northgate Dental Studio erreicht 58 von 100 Punkten – guter start – klares potenzial.

Größte Probleme

- ✖ Ihre Website hat kein LocalBusiness-Markup
- ✖ Sie haben 61 Bewertungen — Mitbewerber im Schnitt 142
- ✖ Ihre Website sperrt KI-Assistenten aus (GPTBot)

Größte Chancen

- ✔ Nur 6 Fotos im Profil (bis zu +2 Pkt.)
- ✔ Keine llms.txt-Datei für KI-Assistenten (bis zu +2 Pkt.)
- ✔ Besucher können Sie nicht per Fingertipp anrufen (bis zu +1 Pkt.)

Was Sie bereits gut machen

- ✔ Ihre Telefonnummer stimmt bei Google und auf der Website überein
- ✔ Ihre Website ist sicher (HTTPS)
- ✔ Ihre Öffnungszeiten sind bei Google hinterlegt

Score-Übersicht

Bereich	Score	Status	Was wir geprüft haben
Google-Unternehmensprofil	9.2/10	GUT	Kategorie, Kontaktdaten, Öffnungszeiten, Fotos
Bewertungen & Reputation	6.0/10	AUSBAUFÄHIG	Bewertung und Anzahl im Vergleich zum Wettbewerb
Lokale Rankings (Google Maps)	2.6/10	KRITISCH	Ihre Maps-Position von 25 Punkten rund um Sie
Website (Local SEO)	6.8/10	AUSBAUFÄHIG	Tempo, Mobilansicht, Titel, Anruf-Link, Kontaktdaten
KI-Suche (AEO & GEO)	2.7/10	KRITISCH	Schema, FAQs, KI-Crawler-Zugang, llms.txt

Auf einen Blick

Google-Bewertung

4.3

Ø Umgebung 4.6

Bewertungen

61

Ø Umgebung 142

Maps-Position vor Ihrer Tür

#6

"dentist leeds"

Top-3-Abdeckung Ihrer Gegend

4%

25 pts

Mobiles Tempo

54

/100

02

Google-Unternehmensprofil

Ihr Google-Profil ist der wichtigste lokale Rankingfaktor. Das zeigt Google heute über Sie.

✓ Status	Geöffnet (aktiv)
✓ Hauptkategorie	Dentist
✓ Telefonnummer	0113 000 0000
✓ Website-Link	https://northgate-dental.example
✓ Öffnungszeiten	Hinterlegt
! Fotos	6

–

IN DIESEM BERICHT NICHT GEPRÜFT

Beschreibung, Leistungen und Produkte

Beiträge und Fragen & Antworten

Buchungs- oder Speisekarten-Links und Merkmale

So prüfen Sie es: Google-Unternehmensprofil › Profil bearbeiten

So prüfen Sie es: Google-Unternehmensprofil › Neuigkeiten / Fragen

So prüfen Sie es: Google-Unternehmensprofil › Profil bearbeiten

03

Bewertungen & Reputation

Bewertung und Anzahl entscheiden, wer den Klick bekommt – und sind ein bestätigter Rankingfaktor.

! Durchschnittsbewertung	4.3 / 5 · Ø Umgebung: 4.6
✖ Anzahl Bewertungen	61 · Ø Umgebung: 142

–

IN DIESEM BERICHT NICHT GEPRÜFT

Antworten des Inhabers – wie viele und wie schnell

Neue Bewertungen der letzten 3 Monate

Häufiges Lob und häufige Kritik

So prüfen Sie es: Google-Unternehmensprofil › Rezensionen

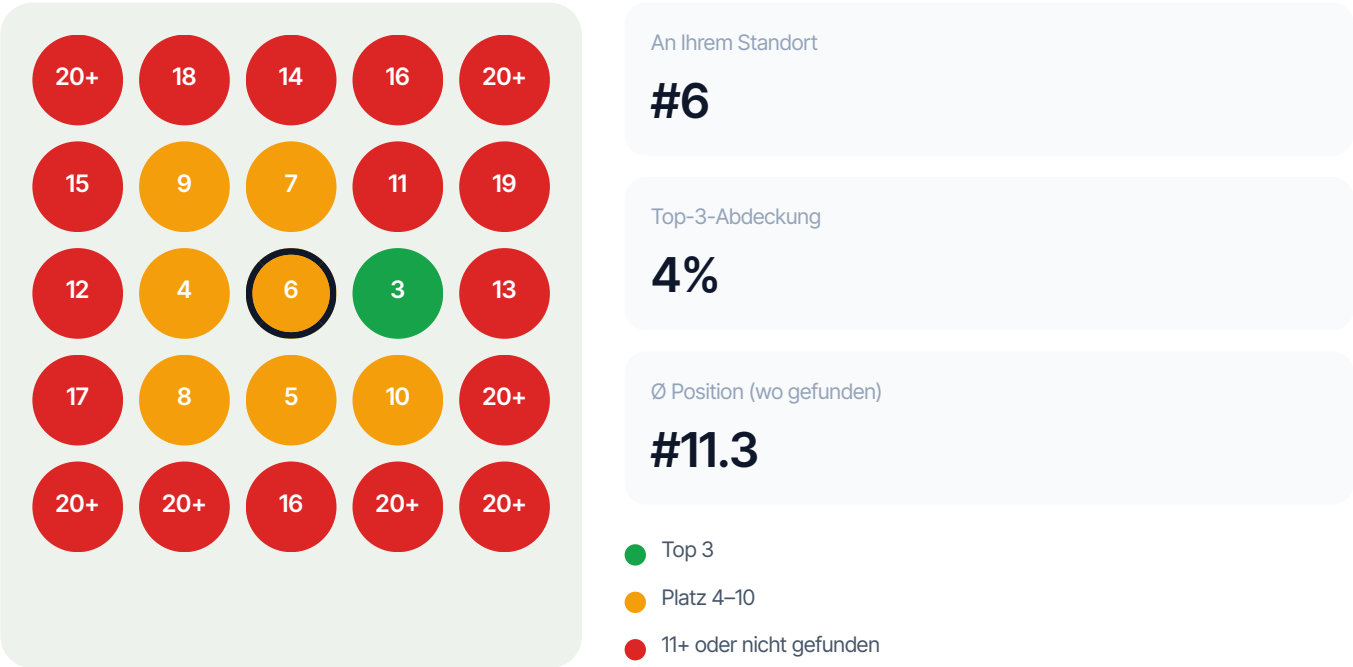
So prüfen Sie es: Google Maps › Rezensionen › nach Neueste sortieren

So prüfen Sie es: Lesen Sie Ihre 20 neuesten Bewertungen

04

Lokale Rankings auf Google Maps

Wo Sie auf Google Maps für „dentist leeds“ erscheinen – geprüft von 25 Punkten im Abstand von 1 km rund um Ihr Geschäft.



Rankings sind Schätzungen und variieren je nach Standort, Gerät und Verlauf.

05

Wo das größte Potenzial liegt

So schneiden Sie im Vergleich zu den Top 3 ab, die Google für „dentist leeds“ zeigt. Jede Lücke ist eine Chance, sie zu überholen.

KENNZAHL	SIE	A	B	C	LÜCKE
Google-Bewertung	4.3	4.7	4.6	4.5	-0.3
Bewertungen gesamt	61	188	142	96	-81
Profilfotos	6	10+	10+	8	-3
Öffnungszeiten hinterlegt	Ja	Ja	Ja	Ja	Gleich
Website verlinkt	Ja	Ja	Ja	Nein	Vorne
LocalBusiness-Schema	Nein	Ja	Ja	–	Hinten 2/2
FAQ auf der Website	Nein	Ja	Nein	–	Hinten 1/2
Anruf-Link auf der Website	Nein	Ja	Ja	–	Hinten 2/2

Wettbewerber: A = Riverside Dental Care · B = Park Row Dentists · C = City Smile Clinic

06

Website (Local SEO)

Ihre Website macht aus Google-Besuchern Anrufe und Buchungen – und hilft Google zu verstehen, was Sie wo anbieten.

!	Mobiler Tempo-Score	54/100
×	Hauptinhalt erscheint nach	4.2 s
✓	Sichere Website (HTTPS)	Ja
✓	Mobilfreundlich eingerichtet	Ja
!	Startseitentitel	"Home Northgate Dental Studio — Family, Cosmetic & Emergency Dentistry Specialists"
✓	Beschreibung für Google	Ja
×	Anklickbare Telefonnummer	Nein
✓	Gleiche Nummer wie im Google-Profil	Ja
!	Ort im Titel oder in der Überschrift	Nein
✓	Google-Karte auf der Website	Ja

IN DIESEM BERICHT NICHT GEPRÜFT

Suchzugriffe, Klicks und Suchbegriffe

So prüfen Sie es: Google Search Console

07

Einträge & Kontaktdaten (NAP)

NAP steht für Name, Adresse und Telefon. Sie sollten überall exakt gleich sein – bei Google, auf Ihrer Website und in jedem Verzeichnis.

✓	Telefonnummer aus Google auch auf der Website	Ja
---	---	----

IN DIESEM BERICHT NICHT GEPRÜFT

Einträge bei Apple Karten, Bing Places, Yelp und Facebook

So prüfen Sie es: Ein vollständiger Verzeichnis-Check – Teil unseres Onboardings

Branchen- und lokale Verzeichnisse

So prüfen Sie es: Ein vollständiger Verzeichnis-Check – Teil unseres Onboardings

KI-Suche (AEO & GEO)

AEO (Answer Engine Optimisation) hilft Ihnen, die direkte Antwort in Googles KI-Übersichten und Sprachassistenten zu werden. GEO (Generative Engine Optimisation) hilft ChatGPT, Gemini und Perplexity, Sie zu nennen und zu empfehlen.

Wie KI-Assistenten ein Unternehmen auswählen

- 01 Klare, einheitliche Fakten**

Name, Adresse, Zeiten und Leistungen, die überall übereinstimmen.
- 02 Reputation**

Aktuelle, ausführliche Bewertungen mit Leistung und Ort.
- 03 Inhalte mit Antworten**

Seiten und FAQs, die echte Kundenfragen klar beantworten.
- 04 Vertrauenswürdige Erwähnungen**

Einträge und Erwähnungen auf Seiten, denen KI-Tools vertrauen.

✖ LocalBusiness-Markup (Schema)	Nein
! FAQ-Bereich auf der Website	Nein
! FAQ-Markup	Nein
✖ Zugang für KI-Crawler	Gesperrt: GPTBot
! llms.txt-Datei	Nein
✓ Einheitliche Kontaktdaten	Ja

IN DIESEM BERICHT NICHT GEPRÜFT

Ob ChatGPT, Perplexity oder Googles KI-Übersichten Sie heute nennenSo prüfen Sie es: Unser monatliches KI-Antwort-Tracking

09

Alle Ergebnisse

Alle gefundenen Punkte, die wichtigsten zuerst.

F-01 **HOHE PRIORITÄT**

Aufwand: Gering · Wirkung: Hoch · +5 Pkt.

Ihre Website hat kein LocalBusiness-Markup

Warum es wichtig ist: Diese unsichtbare „Visitenkarte“ (Schema) teilt Google und KI-Assistenten Name, Adresse, Zeiten und Leistungen maschinenlesbar mit.

Was zu tun ist: Fügen Sie strukturierte LocalBusiness-Daten (JSON-LD) mit Name, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten und Leistungen hinzu.

F-02 **HOHE PRIORITÄT**

Aufwand: Mittel · Wirkung: Hoch · +4 Pkt.

Sie haben 61 Bewertungen — Mitbewerber im Schnitt 142

Warum es wichtig ist: Die Anzahl der Bewertungen ist ein starkes Ranking- und Vertrauenssignal. Menschen vergleichen direkt — mehr Bewertungen gewinnen meistens.

Was zu tun ist: Etablieren Sie eine einfache Routine: jeden zufriedenen Kunden fragen, eine QR-Karte nutzen und jede Bewertung beantworten.

F-03 **HOHE PRIORITÄT**

Aufwand: Gering · Wirkung: Hoch · +1 Pkt.

Ihre Website sperrt KI-Assistenten aus (GPTBot)

Warum es wichtig ist: ChatGPT, Perplexity und andere KI-Tools können Ihre Seite nicht lesen und Sie daher nicht empfehlen – sie nennen stattdessen Wettbewerber.

Was zu tun ist: Passen Sie Ihre robots.txt an, um diese Crawler zuzulassen. Eine Zwei-Minuten-Änderung für Ihren Webentwickler.

F-04 **MITTLERE PRIORITÄT**

Aufwand: Mittel · Wirkung: Mittel · +6 Pkt.

Ihre Bewertung (4.3) liegt unter der Konkurrenz (4.6)

Warum es wichtig ist: Nebeneinander in den Kartenergebnissen entscheiden schon kleine Unterschiede, welches Unternehmen angetippt wird.

Was zu tun ist: Bitten Sie Ihre zufriedensten Kunden um Bewertungen und beantworten Sie jede Bewertung — das zeigt, dass Sie sich kümmern.

F-05 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Hoch · Wirkung: Mittel · +6 Pkt.

Sie sind nicht in den Top 3 für „dentist leeds“ (geschätzt Platz 6)

Warum es wichtig ist: Die ersten drei Kartenergebnisse bekommen die meisten Klicks. Darunter sehen Sie deutlich weniger Menschen.

Was zu tun ist: Profil vervollständigen, stetig Bewertungen sammeln und auf der Website klar „dentist leeds“ und Ihr Gebiet nennen.

F-06 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Hoch · Wirkung: Mittel · +6 Pkt.

Sie sind nur in 4 % Ihres Gebiets in den Top 3

Warum es wichtig ist: Kunden schon wenige Straßen weiter sehen andere Ergebnisse. Derzeit sehen viele Suchende in der Nähe zuerst Mitbewerber.

Was zu tun ist: Relevanz im ganzen Gebiet aufbauen: lokale Seiten, Bewertungen, die Stadtteile nennen, und einheitliche Einträge.

F-07 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Mittel · Wirkung: Mittel · +4 Pkt.

Ihre Website beantwortet keine häufigen Fragen

Warum es wichtig ist: KI-Assistenten und Googles KI-Übersichten lieben klare Frage-Antwort-Inhalte – genau die zitieren sie.

Was zu tun ist: Ergänzen Sie einen FAQ-Bereich mit den 5–10 häufigsten Kundenfragen (Preise, Parken, Sprachen, Termine).

F-08 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Mittel · Wirkung: Mittel · +2 Pkt.

Ihre Website ist auf Smartphones langsam (Score 54/100)

Warum es wichtig ist: Die meisten lokalen Suchen passieren auf dem Smartphone. Langsame Seiten verlieren Besucher, bevor sie Ihre Telefonnummer sehen.

Was zu tun ist: Bilder komprimieren, schwere Plugins entfernen und gutes Hosting nutzen. Ziel: ein mobiler Score von 90+.

F-09 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Mittel · Wirkung: Mittel · +1 Pkt.

Ihr Hauptinhalt erscheint erst nach 4.2 s

Warum es wichtig ist: Google wertet alles über 2,5 Sekunden als langsam. Menschen springen ab, während sie warten.

Was zu tun ist: Das erste Bild verkleinern (oder moderne Formate wie WebP/AVIF nutzen) und große Slider oben auf der Seite vermeiden.

F-10 MITTLERE PRIORITÄT

Aufwand: Gering · Wirkung: Mittel · +1 Pkt.

Besucher können Sie nicht per Fingertipp anrufen

Warum es wichtig ist: Die meisten lokalen Sucher nutzen ein Smartphone. Ist die Nummer nicht anklickbar, rufen viele nicht an.

Was zu tun ist: Machen Sie Ihre Telefonnummer im Kopf- und Fußbereich jeder Seite zu einem anklickbaren „tel:“-Link.

F-11 SCHNELLER GEWINN

Aufwand: Gering · Wirkung: Gering · +2 Pkt.

Nur 6 Fotos im Profil

Warum es wichtig ist: Profile mit vielen aktuellen Fotos bekommen mehr Klicks, Anrufe und Routenanfragen. Fotos beantworten „Wie ist es dort?“, bevor jemand fragt.

Was zu tun ist: Fügen Sie mindestens 10 gute Fotos hinzu: außen (zum Wiedererkennen), innen, Team und Ihre Arbeit oder Produkte. Monatlich neue ergänzen.

F-12 SCHNELLER GEWINN

Aufwand: Gering · Wirkung: Gering · +2 Pkt.

Keine llms.txt-Datei für KI-Assistenten

Warum es wichtig ist: llms.txt ist eine neue, einfache Zusammenfassung Ihres Unternehmens für KI-Tools. Optional – aber eine einfache Chance, aufzufallen.

Was zu tun ist: Veröffentlichen Sie eine kurze /llms.txt mit Leistungen, Gebiet, Preisen und wichtigen Seiten.

F-13 **SCHELLER GEWINN**

Aufwand: Gering · Wirkung: Gering · +1 Pkt.

Ihr Startseitentitel ist zu lang (83 Zeichen)

Warum es wichtig ist: Der Titel ist die blaue Überschrift in den Google-Ergebnissen. Ein klarer Titel mit Leistung und Ort bringt mehr Klicks.

Was zu tun ist: Nutzen Sie einen Titel wie „Zahnarzt in Berlin | Ihr Praxisname“ – unter 60 Zeichen.

F-14 **SCHELLER GEWINN**

Aufwand: Gering · Wirkung: Gering · +1 Pkt.

Ihr Ort fehlt im Titel oder in der Hauptüberschrift

Warum es wichtig ist: Google und KI-Tools nutzen Titel und Hauptüberschrift, um zu verstehen, wo Sie tätig sind.

Was zu tun ist: Nennen Sie Ort oder Stadtteil im Seitentitel und in der Hauptüberschrift, z. B. „Friseur in Berlin-Mitte“.

10

Ihr 90-Tage-Plan

So würden wir für Northgate Dental Studio vorgehen – das Wichtigste zuerst. Sie können es selbst umsetzen oder alles uns überlassen.

● Phase 1 · Schnelle Gewinne Tag 1–14

KI-Assistenten in der robots.txt zulassen	Aufwand: Gering	Wirkung: Hoch
Anklickbaren Telefon-Link ergänzen	Aufwand: Gering	Wirkung: Mittel
10+ aktuelle Fotos hochladen	Aufwand: Gering	Wirkung: Gering
Startseitentitel neu schreiben (Leistung + Ort)	Aufwand: Gering	Wirkung: Gering
Ort in Titel und Hauptüberschrift ergänzen	Aufwand: Gering	Wirkung: Gering

● Phase 2 · Fundament Tag 15–45

LocalBusiness-Schema-Markup ergänzen	Aufwand: Gering	Wirkung: Hoch
FAQ-Bereich mit echten Kundenfragen ergänzen	Aufwand: Mittel	Wirkung: Mittel
Website auf dem Handy beschleunigen (Ziel 90+)	Aufwand: Mittel	Wirkung: Mittel
Hauptinhalt in unter 2,5 s laden	Aufwand: Mittel	Wirkung: Mittel
llms.txt-Datei veröffentlichen	Aufwand: Gering	Wirkung: Gering

● Phase 3 · Wachstum Tag 46–90

Bewertungen mit fester Routine auf 142+ steigern	Aufwand: Mittel	Wirkung: Hoch
Bewertungslücke mit neuen Bewertungen und Antworten schließen	Aufwand: Mittel	Wirkung: Mittel
Relevanz aufbauen für die Top 3 bei „dentist leeds“	Aufwand: Hoch	Wirkung: Mittel
Reichweite in Ihrer Umgebung ausbauen (lokale Seiten, Bewertungen)	Aufwand: Hoch	Wirkung: Mittel

Gute Gewohnheiten, die wir empfehlen (laufend)

- Jede Woche einen Beitrag im Google-Profil veröffentlichen
- Jeden Monat neue Fotos hochladen
- Jeden zufriedenen Kunden um eine Bewertung bitten – und auf jede Bewertung antworten
- Rankings und KI-Erwähnungen monatlich prüfen

11

Was Sie erwarten können

- Woche 1-2** Schnelle Gewinne an Profil und Website sind live und bei Google sichtbar.
- Monat 1-3** Bewertungen, Fotos und Inhalte wachsen; Rankings rund um Ihren Standort bewegen sich.
- Monat 3-6** Breitere Maps-Abdeckung und mehr Erwähnungen in KI-Antworten. Jeder Markt ist anders – niemand kann Positionen garantieren.

UNSERE EMPFEHLUNG FÜR NORTHGATE DENTAL STUDIO

Local SEO & KI-Suche

500 \$ / Monat

Alles aus diesem Bericht – im ersten Monat behoben, danach jeden Monat weiterentwickelt. Ein Plan, keine Einrichtungsgebühr.

MONAT 1 – FUNDAMENT & KORREKTUREN

- ✓ Überarbeitung des Google-Unternehmensprofils – Kategorien, Leistungen, Produkte, Merkmale, Buchungslinks, Fotos, Fragen & Antworten
- ✓ Verzeichnis- & NAP-Bereinigung in über 15 wichtigen Verzeichnissen – korrigieren, Duplikate zusammenführen, fehlende Einträge anlegen
- ✓ Apple Business Connect & Bing Places – eingerichtet, mit Google abgeglichen und zur Verifizierung eingereicht
- ✓ Lokale Onpage-Optimierung – Titel, Meta-Beschreibungen, NAP, Anruf-Links, Standortsignale
- ✓ Website-Korrekturen für Local SEO – defekte Links, fehlende Seiten, schnelle Verbesserungen bei Mobilansicht und Tempo, Kontaktdaten und Anruf-Links
- ✓ Schema-Markup – LocalBusiness, Service und FAQ

JEDEN MONAT – WACHSTUM & BERICHTE

- ✓ Google-Profil-Betreuung – wöchentliche Beiträge, neue Fotos und Fragen
- ✓ Antworten auf Bewertungen – innerhalb von 48 Stunden, in den Sprachen Ihrer Kunden
- ✓ Verzeichnis-Monitoring – laufende NAP-Pflege
- ✓ Ranking-Tracking – Raster, Suchbegriffe und Wettbewerber
- ✓ KI-Antwort-Tracking – ChatGPT, Perplexity, Googles KI-Übersichten
- ✓ Neue lokale Inhalte – FAQs, Leistungs- und Gebietsseiten nach Bedarf

Größere Website-Projekte – Redesign, neue Website oder kompletter Tempo-Umbau – bieten wir vorab separat an. Monat-1-Versprechen: Erledigen wir nicht jede Leistung aus Monat 1, ist Ihr nächster Monat kostenlos.

Ihr nächster Schritt

Buchen Sie ein kostenloses 15-Minuten-Strategiegelgespräch. Wir gehen den Bericht gemeinsam durch und sagen Ihnen ehrlich, was wir zuerst tun würden – ohne Druck.

[Kostenloses Strategiegelgespräch buchen](#)

NXT TECH LTD · hello@toppinned.com · +44 7543 767730

So ist dieser Bericht entstanden

Unternehmensdaten und Wettbewerber: Google Places API. Website-Tempo: Google PageSpeed Insights (mobil). Maps-Rankings: DataForSEO Google-Maps-Ergebnisse (Schätzungen). Website und KI-Bereitschaft: TopPinneds eigener Check Ihrer Startseite, robots.txt und llms.txt. Berichtsdatum: 1. Oktober 2026. Was wir nicht prüfen konnten, ist als „Nicht geprüft“ markiert.