



RamosDiaz

DIGITALE PRÄSENZ

SEO / GEO / WEBSITE

Sichtbarkeit im *Überblick*.

Analyse und nächste Schritte

PRAXIS

Praxis Huber (Beispiel)

WEBSITE

<https://praxis.example>

DATUM

12.10.2026

ERSTELLT VON

Matthias Ramos Diaz / Digitale Präsenz

office@digitalepräsenz.at · Tel. und WhatsApp +43 664 4266496

digitalepräsenz.at



INHALT

Übersicht.

01	Kurzfazit	3
02	Maßnahmen	4
03	Fundstellen und Umfeld	9
04	KI-Assistenten	10
05	Technik	11
06	Social Media: Verbindung und Sichtbarkeit	11
07	Methode und Grenzen	13
–	Gemeinsam umsetzen	14

Ihre Maßnahmen im Überblick

Geordnet nach Wirkung; Details ab der angegebenen Seite.

NR.	MASSNAHME	BEREICH	WIRKUNG	AUFWAND	SEITE
01	Google-Profil mit der Website verbinden	Google + KI-Assistenten	hoch	niedrig	4
02	Eigene Seite für Paartherapie	Google + KI-Assistenten	hoch	mittel	5
03	Kosten und Ablauf des Erstgesprächs nennen	KI-Assistenten	mittel	niedrig	6
04	Seitentitel und Beschreibungen schärfen	Google	mittel	niedrig	7
05	Praxisdaten als strukturierte Daten ergänzen	Google + KI-Assistenten	mittel	mittel	8

Das Wichtigste in Kürze.

Ihre Website ist technisch solide: Google kann alle zehn geprüften Seiten lesen, sie funktioniert am Handy, und KI-Suchdienste werden nicht ausgesperrt.

Am meisten bremst Sie, dass Ihr Google-Unternehmensprofil nicht mit der Website verbunden ist und die Telefonnummer dort anders lautet als im Impressum. Außerdem erwähnt Ihre Seite die Paartherapie nur in einem Satz.

Beginnen Sie mit dem Google-Profil und einer eigenen Seite für Paartherapie. Das sind die zwei größten Hebel für Anfragen aus Klagenfurt.

AUF EINEN BLICK

5	4/7	2/4	6
empfohlene Maßnahmen	technische Prüfungen bestanden	Profile und Verzeichnisse mit Eintrag	dokumentierte KI-Stichproben

HIER BEGINNEN

01	Google-Profil mit der Website verbinden	WIRKUNG ■■■ HOCH	AUFWAND ■ □ □ NIEDRIG
02	Eigene Seite für Paartherapie	WIRKUNG ■ ■ ■ HOCH	AUFWAND ■ ■ □ MITTEL
03	Kosten und Ablauf des Erstgesprächs nennen	WIRKUNG ■ ■ □ MITTEL	AUFWAND ■ □ □ NIEDRIG

Was Sie tun können.

Geordnet nach Wirkung. Zu jeder Maßnahme finden Sie den Befund, eine kurze Erklärung, die Schritte, die Quelle und wie Sie das Ergebnis selbst prüfen.

01

GOOGLE + KI-ASSISTENTEN WIRKUNG ■■■ HOCH AUFWAND ■ □ □ NIEDRIG

Google-Profil mit der Website verbinden

MASSNAHME 01 / 05

WAS WIR GEFUNDEN HABEN

Im Google-Unternehmensprofil „Praxis Huber“ ist keine Website eingetragen. Die Telefonnummer endet auf 456, im Impressum auf 789.

WAS IST DAS?

Das kostenlose Google-Unternehmensprofil ist Ihr Eintrag in Google Maps und in der Google-Suche mit Adresse, Telefon, Öffnungszeiten und Website.

WAS ES BEWIRKT

Google zeigt lokale Treffer vor allem aus dem Unternehmensprofil. Vollständige und richtige Angaben helfen, dass Sie in der Kartensuche passend erscheinen.

SO GEHEN SIE VOR

- 01 Melden Sie sich unter business.google.com an.
- 02 Klicken Sie auf „Profil bearbeiten“ und tragen Sie bei „Website“ <https://praxis.example> ein.
- 03 Korrigieren Sie die Telefonnummer auf die Nummer aus Ihrem Impressum.
- 04 Speichern Sie. Google prüft Änderungen manchmal einige Tage.

SO PRÜFEN SIE ES DANACH

Suchen Sie auf Google Maps nach „Praxis Huber Klagenfurt“: Website-Button und richtige Nummer sind sichtbar.

QUELLEN

[Google: Tipps zur Verbesserung des lokalen Rankings](#)

UMSETZUNG

Das übernehme ich auf Wunsch für Sie: Ich prüfe das Profil gemeinsam mit Ihnen und ergänze fehlende Angaben.

02

MASSNAHME 02 / 05

GOOGLE + KI-ASSISTENTEN

WIRKUNG ■ ■ ■ HOCH

AUFWAND ■ ■ □ MITTEL

Eigene Seite für Paartherapie

WAS WIR GEFUNDEN HABEN

Paartherapie wird nur in einem Satz auf der Startseite erwähnt. Es gibt keine eigene Seite dazu.

WAS IST DAS?

Eine Leistungsseite ist eine eigene Unterseite Ihrer Website, die genau ein Angebot beschreibt, mit eigenem Titel, eigener Überschrift und eigener Adresse.

WAS ES BEWIRKT

Google und KI-Assistenten finden Angebote leichter, wenn jede Leistung eine eigene, klar benannte Seite hat.

SO GEHEN SIE VOR

- 01 Legen Sie eine neue Seite „Paartherapie in Klagenfurt“ an.
- 02 Beschreiben Sie in eigenen Worten: für wen, wie es abläuft, was es kostet, wie man einen Termin bekommt.
- 03 Verlinken Sie die Seite im Menü.

SO PRÜFEN SIE ES
DANACH

Die Seite ist im Menü erreichbar und hat im Browser-Tab den Titel „Paartherapie in Klagenfurt“.

QUELLEN

[Google: SEO-Leitfaden für Einsteiger](#)

UMSETZUNG

Das übernehme ich auf Wunsch für Sie: Ich entwerfe mit Ihnen Aufbau und Titel der Seite und binde sie ein.

03

MASSNAHME 03 / 05

KI-ASSISTENTEN

WIRKUNG ☒ ☒ ☐ MITTEL

AUFWAND ☒ ☐ ☐ NIEDRIG

Kosten und Ablauf des Erstgesprächs nennen

WAS WIR GEFUNDEN HABEN

Auf keiner der geprüften Seiten stehen Kosten oder Ablauf des Erstgesprächs.

WAS IST DAS?

Gemeint ist ein kurzer Abschnitt auf Ihrer Website, der die häufigsten Fragen vor dem ersten Termin beantwortet.

WAS ES BEWIRKT

Viele Menschen fragen genau das. Steht die Antwort auf Ihrer Seite, können Suchdienste darauf verweisen.

SO GEHEN SIE VOR

01 Ergänzen Sie auf der Seite „Ablauf“ einen Absatz zu Dauer, Kosten und möglichem Kassenzuschuss.

SO PRÜFEN SIE ES DANACH

Der Absatz ist auf der Seite „Ablauf“ sichtbar.

QUELLEN

[Google: Leitfaden zur KI-Optimierung](#)

04

MASSNAHME 04 / 05

GOOGLE WIRKUNG ■ ■ ■ MITTEL AUFWAND ■ ■ ■ NIEDRIG

Seitentitel und Beschreibungen schärfen

WAS WIR GEFUNDEN HABEN

Sechs der zehn geprüften Seiten tragen denselben Titel „Praxis Huber“. Zwei Seiten haben keine Beschreibung.

WAS IST DAS?

Der Seitentitel steht im Browser-Tab und als blaue Zeile in den Suchergebnissen. Die Beschreibung ist der kurze Text darunter.

WAS ES BEWIRKT

Google nutzt beides als Vorschlag für die Darstellung. Eindeutige Titel zeigen Suchenden, welche Seite wozu passt. Google kann die Darstellung ändern.

SO GEHEN SIE VOR

- 01 Geben Sie jeder Seite einen eigenen Titel nach dem Muster „Angebot in Ort | Praxisname“.
- 02 Schreiben Sie für jede Seite eine Beschreibung in ein bis zwei Sätzen.
- 03 Speichern Sie und veröffentlichen Sie die Änderung.

SO PRÜFEN SIE ES DANACH

Im Browser-Tab zeigt jede Seite einen eigenen Titel.

QUELLEN

[Google: Titellinks in den Suchergebnissen](#)

05

MASSNAHME 05 / 05

GOOGLE + KI-ASSISTENTEN

WIRKUNG ■ ■ □ MITTEL

AUFWAND ■ ■ □ MITTEL

Praxisdaten als strukturierte Daten ergänzen

WAS WIR GEFUNDEN HABEN

Die geprüften Seiten enthalten keine strukturierten Daten zu Praxis, Adresse und Angebot.

WAS IST DAS?

Strukturierte Daten sind ein unsichtbarer Zusatz im Seitencode. Sie sagen Maschinen eindeutig: Das ist der Name, das ist die Adresse, das ist das Angebot.

WAS ES BEWIRKT

Suchdienste können Angaben leichter zuordnen. Die Daten müssen zu dem passen, was sichtbar auf der Seite steht.

SO GEHEN SIE VOR

- 01 Ergänzen Sie auf der Startseite einen Block mit Name, Adresse, Telefon und Angebot Ihrer Praxis.
- 02 Verwenden Sie dieselben Angaben wie im Impressum und im Google-Profil.
- 03 Prüfen Sie den Block mit dem Test für Rich-Suchergebnisse von Google.

SO PRÜFEN SIE ES
DANACH

Der Test für Rich-Suchergebnisse meldet für die Startseite keine Fehler.

QUELLEN

[Google: Einführung in strukturierte Daten](#)

UMSETZUNG

Das übernehme ich auf Wunsch für Sie: Ich erstelle den Block passend zu Ihren sichtbaren Angaben und prüfe ihn.

Wo man Sie findet.

Ihr Google-Profil, Verzeichnisse und die Praxen, die bei Google in Ihrer Umgebung erscheinen.

VERZEICHNIS	STATUS	HINWEIS	LINK
Google-Unternehmensprofil	☒ GEFUNDEN	Website fehlt, Telefonnummer abweichend	maps.google.com/?cid=1
PsyOnline.at	☒ GEFUNDEN	Adresse stimmt	www.psyonline.at
HEROLD	☒ NICHT GEFUNDEN	gesucht: „Huber Klagenfurt Psychotherapie“	-
DocFinder	☐ NICHT GEPRÜFT	-	-

Wo Sie sich eintragen können

Passend zu Ihren Angeboten; „Stand“ zeigt, ob wir Sie dort gefunden haben. Die Schritte stehen bei den Maßnahmen bzw. auf der verlinkten Seite.

PLATTFORM	PASSEND FÜR	STAND	KOSTEN	EINTRAGEN
eheberatung.at (bestNET)	Paartherapie	☐ NICHT GEPRÜFT	Grundeintrag kostenlos	www.eheberatung.at

GOOGLE-SUCHE „PSYCHOTHERAPIE KLAGENFURT“

Praxen in Ihrer Umgebung

PLATZ	NAME	BEWERTUNGEN	AUFFÄLLIG
1	Beispielpraxis A	4,9 (12)	eigene Seite je Leistung
2	Beispielpraxis B	5,0 (3)	Kosten und Ablauf des Erstgesprächs auf der Website
3	Beispielpraxis C	4,7 (21)	Profil mit Website und Fotos
4	Praxis Huber (Beispiel)	4,8 (9)	Profil ohne Website

Was KI über Sie sagt.

Stichprobe vom 12.10.2026. KI-Antworten ändern sich von Abfrage zu Abfrage; das Ergebnis ist eine Momentaufnahme und keine dauerhafte Sichtbarkeitsmessung.

DIENST

ERGEBNIS

AUSZUG

„Psychotherapie in Klagenfurt: wen kannst du empfehlen?“

OpenAI (Websuche)	☒ NICHT GENANNT	nennt zwei Verzeichnisse und Beispielpraxis A
Gemini (Google-Suche)	☒ NICHT GENANNT	nennt Beispielpraxis A und Beispielpraxis C
Claude (Websuche)	☒ NICHT GENANNT	nennt drei Verzeichnisse und eine Praxis am Domplatz

„Wer bietet Paartherapie in Klagenfurt an?“

OpenAI (Websuche)	☒ NICHT GENANNT	nennt Beispielpraxis B und ein Verzeichnis
Gemini (Google-Suche)	☒ GENANNT	nennt Praxis Huber mit Hinweis auf die Startseite
Claude (Websuche)	☐ NICHT GEPRÜFT	-

Welche Quellen die geprüften KI-Antworten verwendeten

Sichtbare Quellenverweise der geprüften Antworten ohne Nennung Ihrer Praxis. Mehrere Verweise können aus derselben Antwort stammen. Sie erklären nicht, warum eine KI eine Praxis auswählt.

QUELLE

VERWEISE SIE DORT ERWÄHNT

HINWEIS

psyonline.at	 4	☒ JA	Ihr Eintrag ist vorhanden, die Adresse stimmt
herold.at	 3	☒ NEIN	Kein Eintrag gefunden
Website Beispielpraxis A	 2	☐ NICHT ANWENDBAR	Eigene Seite je Leistung
docfinder.at	 1	☐ NICHT GEPRÜFT	-

Was die Technik zeigt.

■ 4 × BESTANDEN ■ 3 × PROBLEM

PRÜFUNG	STATUS	HINWEIS
Google kann die Seiten lesen (kein no-index, robots.txt)	■ BESTANDEN	10 von 10 Seiten
Handy-Darstellung	■ BESTANDEN	-
Ladezeit am Handy (PageSpeed)	■ PROBLEM	Hauptinhalt nach 4,1 s sichtbar (gut: unter 2,5 s)
Verschlüsselte Verbindung (HTTPS)	■ BESTANDEN	-
Eindeutiger Titel je Seite	■ PROBLEM	6 von 10 Seiten mit gleichem Titel
KI-Suchdienste nicht ausgesperrt	■ BESTANDEN	-
Strukturierte Daten zur Praxis	■ PROBLEM	auf keiner Seite gefunden

Wie Ihre Kanäle verbunden sind.

Im Beispiel ist der Instagram-Kanal „Raum für Dialog“ der Praxis Huber zugeordnet. Er nutzt einen anderen Namen, behandelt aber die angebotene Paartherapie. Auf der geprüften Kontaktseite und im vollständig sichtbaren Profil fehlt die gegenseitige Verlinkung.

Instagram: Raum für Dialog (Beispiel)

www.instagram.com/raumfuerdialog...

ZUORDNUNG	bestätigt
LEISTUNGSBEZUG	Paartherapie; der abweichende Kanalname gehört im Beispiel laut Praxisinhaberin zur Praxis Huber.
WEBSITE → KANAL	nicht verlinkt
KANAL → WEBSITE	nicht verlinkt
BEFUND	Belege im Beispiel: Auskunft der Praxisinhaberin („Raum für Dialog ist mein Kanal“), die Kontaktseite und die sichtbare Profilbeschreibung mit Bezug auf Paartherapie. In diesen beiden geprüften Ansichten ist keine gegenseitige Verlinkung vorhanden.
NÄCHSTER SCHRITT	Tragen Sie im Profil den Link zur Website ein und verlinken Sie den Kanal auf Ihrer Kontaktseite. Öffnen Sie danach beide Links und prüfen Sie, ob sie auf die richtigen Seiten führen.

So prüfen Sie die Entwicklung

Dokumentieren Sie zuerst beide Linkrichtungen mit Datum und Fundstelle. Prüfen Sie nach der Änderung erneut, ob beide Links die richtigen Ziele öffnen. Vergleichen Sie nach zwei bis drei Monaten gleich lange Zeiträume mit den Profil-Linkklicks und den Website-Aufrufen aus diesem Kanal. Ohne Zugang bleiben diese Zahlen nicht geprüft; fehlende Werte zählen nicht als null.

Grenzen dieser Prüfung

Die geprüften Linkrichtungen erlauben keine Aussage über Reichweite, Rankings oder KI-Nennungen. Gegenseitige Links erleichtern den Wechsel zwischen Kanal und Website; sie garantieren keine Suchplatzierung oder KI-Empfehlung. Ein fehlender Website-Link beweist kein fehlendes Konto. Es besteht keine allgemeine Pflicht zu einem Social-Media-Kanal.

Wie dieser Check entstanden ist.

Geprüft wurden 10 öffentliche Seiten am 12.10.2026. Nicht geprüft: Daten aus der Google Search Console und echte Besucherzahlen.

Dies ist ein Beispielbericht mit erfundener Praxis. Alle Namen, Kanäle, Zahlen und Antworten dienen nur der Darstellung.

Offene Prüfungen: So geht es weiter

Offene Ergebnisse sind kein belegter Mangel. Hier steht, wie Sie die Klärung abschließen können.

THEMA	STAND UND GRUND	NÄCHSTER SCHRITT
Suchbegriffe aus der Google Search Console	Es lag kein Zugang zur Search Console vor, daher sind echte Suchbegriffe und Klicks nicht geprüft. Grund: Zugang nicht freigegeben.	Tragen Sie mich in der Search Console als eingeschränkten Nutzer ein; die Anleitung dazu liefere ich mit. Zuständig: Praxisinhaberin. Nachprüfung: Nach dem Eintrag werde ich die Suchbegriffe der letzten Monate aus.

Dieser Check zeigt Hebel auf. Er garantiert keine Platzierung bei Google und keine Nennung durch KI-Assistenten – das kann niemand seriös versprechen.

ZUSAMMENARBEIT

Gemeinsam *umsetzen.*

Sie können alle Schritte selbst erledigen. Wenn Sie Unterstützung möchten, setze ich die Maßnahmen für Sie um. Melden Sie sich gern:
office@digitalepräsenz.at · Tel. und WhatsApp +43 664 4266496

WAS ICH FÜR SIE ÜBERNEHMEN KANN

- | | |
|---|---|
| <p>01 Google-Profil mit der Website verbinden
Ich prüfe das Profil gemeinsam mit Ihnen und ergänze fehlende Angaben.</p> <p>05 Praxisdaten als strukturierte Daten ergänzen
Ich erstelle den Block passend zu Ihren sichtbaren Angaben und prüfe ihn.</p> | <p>02 Eigene Seite für Paartherapie
Ich entwerfe mit Ihnen Aufbau und Titel der Seite und binde sie ein.</p> |
|---|---|

KONTAKT

Matthias Ramos Diaz
Herbertstraße 1A/1/2, 9020 Klagenfurt am
Wörthersee

ERREICHBAR

office@digitalepräsenz.at
Tel. und WhatsApp +43 664 4266496
[digitalepräsenz.at](https://www.digitalepräsenz.at)