

Warum gute Betriebe online unsichtbar bleiben.

Die meisten kleinen Betriebe sind gut in dem, was sie tun. Trotzdem kommen neue Kunden fast nur über Empfehlung. Wo die Anfragen zwischen Google, Handy und Formular verloren gehen, und wie sich das in wenigen Wochen ändern lässt.



Von **Tim Jungeblut & Luke Marken**
Gründer von VistaFront

Fünf Thesen
aus unseren Projekten

Fünf Thesen auf einer Seite.

1

Die erste Begegnung findet am Handy statt.

Wer Sie nicht kennt, sucht Sie am Telefon. In wenigen Sekunden entscheidet sich, ob er bleibt oder zurück zur Suche geht.

2

Das Google-Profil ist das neue Schaufenster.

Viele Kunden sehen zuerst Karte, Sterne und Öffnungszeiten, erst danach die Website. Oft gar nicht.

3

Anfragen gehen auf den letzten Metern verloren.

Eine versteckte Telefonnummer oder ein umständliches Formular kostet mehr Aufträge als ein altmodisches Design.

4

Echte Belege schlagen schöne Worte.

Fotos aus dem Betrieb, Bewertungen und echte Referenzen überzeugen. Werbesprache überliedert jeder.

5

Sichtbarkeit ist Pflege, kein Projekt.

Eine Website ist nie ganz fertig. Wer sie aktuell hält, wird gefunden. Wer nicht, verschwindet langsam.

Inhalt

These 1 · Die erste Begegnung am Handy	3	Was das in Zahlen heißt	8
These 2 · Das Google-Profil	4	Und die KI-Suche?	9
These 3 · Die letzten Meter	5	Unser Ansatz	10
These 4 · Belege statt Worte	6	Fünf Fragen an Ihre Website	11
These 5 · Pflege statt Projekt	7	Über die Autoren	12

1

These 1

Die erste Begegnung findet am Handy statt.

Früher kam ein neuer Kunde über das Branchenbuch, die Zeitung oder den Nachbarn. Heute zieht er sein Telefon aus der Tasche, oft unterwegs, oft zwischen zwei anderen Dingen. Er tippt „Fliesenleger Oldenburg“ oder „Physiotherapie in der Nähe“ und schaut sich zwei, drei Treffer an.

In diesen wenigen Sekunden muss Ihre Website drei Fragen beantworten: Bin ich hier richtig? Kann ich denen vertrauen? Wie erreiche ich sie? Wenn er dafür zoomen, suchen oder warten muss, ist er weg. Nicht weil Ihr Betrieb schlechter ist, sondern weil der nächste Treffer schneller war.

Viele Websites kleiner Betriebe stammen aus einer Zeit, in der man am Schreibtisch gesurft hat. Auf dem Rechner sehen sie ordentlich aus. Auf dem Handy wird die Telefonnummer zur Schnitzeljagd.

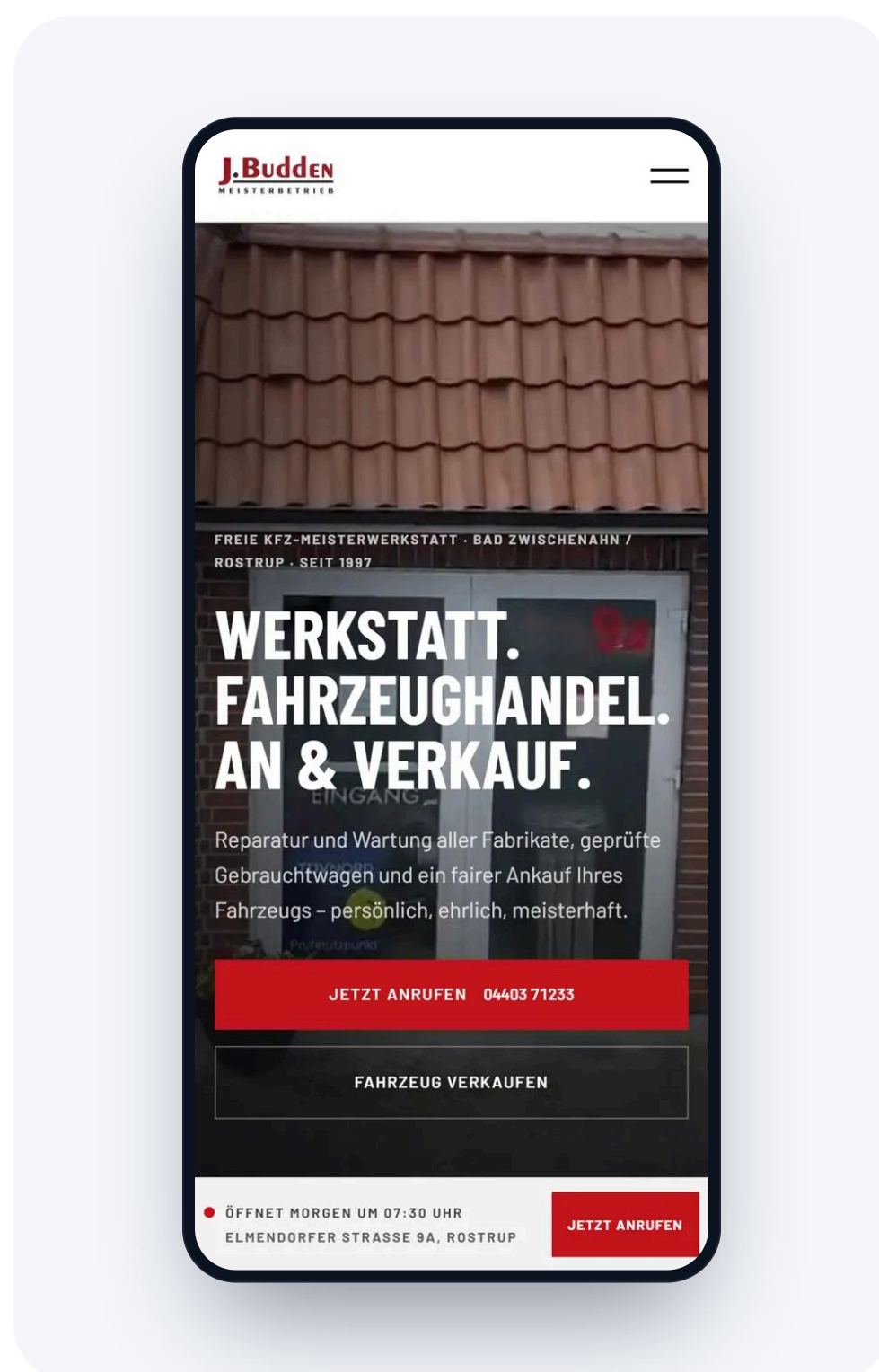


Abb. 1 · Anrufen mit einem Fingertipp: J. Budden, Bad Zwischenahn

Prüfen Sie Ihre Website nicht am Schreibtisch. Prüfen Sie sie im Auto, mit einer Hand, bei Sonne.

Sofort prüfen

1

Mit einer Hand

Öffnen Sie Ihre Website am Handy und versuchen Sie, ohne Zoomen anzurufen.

2

Erster Bildschirm

Sieht man ohne Scrollen, was Sie machen und wo Sie sitzen?

3

Ladezeit

Laden Sie die Seite im Mobilfunk, nicht im WLAN. Wie lange dauert es?

2

These 2

Das Google-Profil ist das neue Schaufenster.

Bei Suchen mit Ortsbezug zeigt Google oben eine Karte mit einigen wenigen Betrieben. Sterne, Öffnungszeiten, Fotos und ein Knopf zum Anrufen. Viele Kunden entscheiden genau dort, ohne je auf eine Website zu klicken.

Google sortiert diese Treffer nach eigener Aussage vor allem nach drei Dingen: wie gut der Eintrag zur Suche passt, wie weit der Betrieb entfernt ist und wie bekannt er ist. Die Entfernung können Sie nicht ändern. Die beiden anderen schon: mit der richtigen Kategorie, vollständigen Angaben, echten Fotos und Bewertungen.

Trotzdem ist das Profil bei vielen Betrieben ein Nebenschauplatz. Es wurde irgendwann angelegt, vielleicht sogar von Google selbst, und seitdem nicht mehr angefasst.

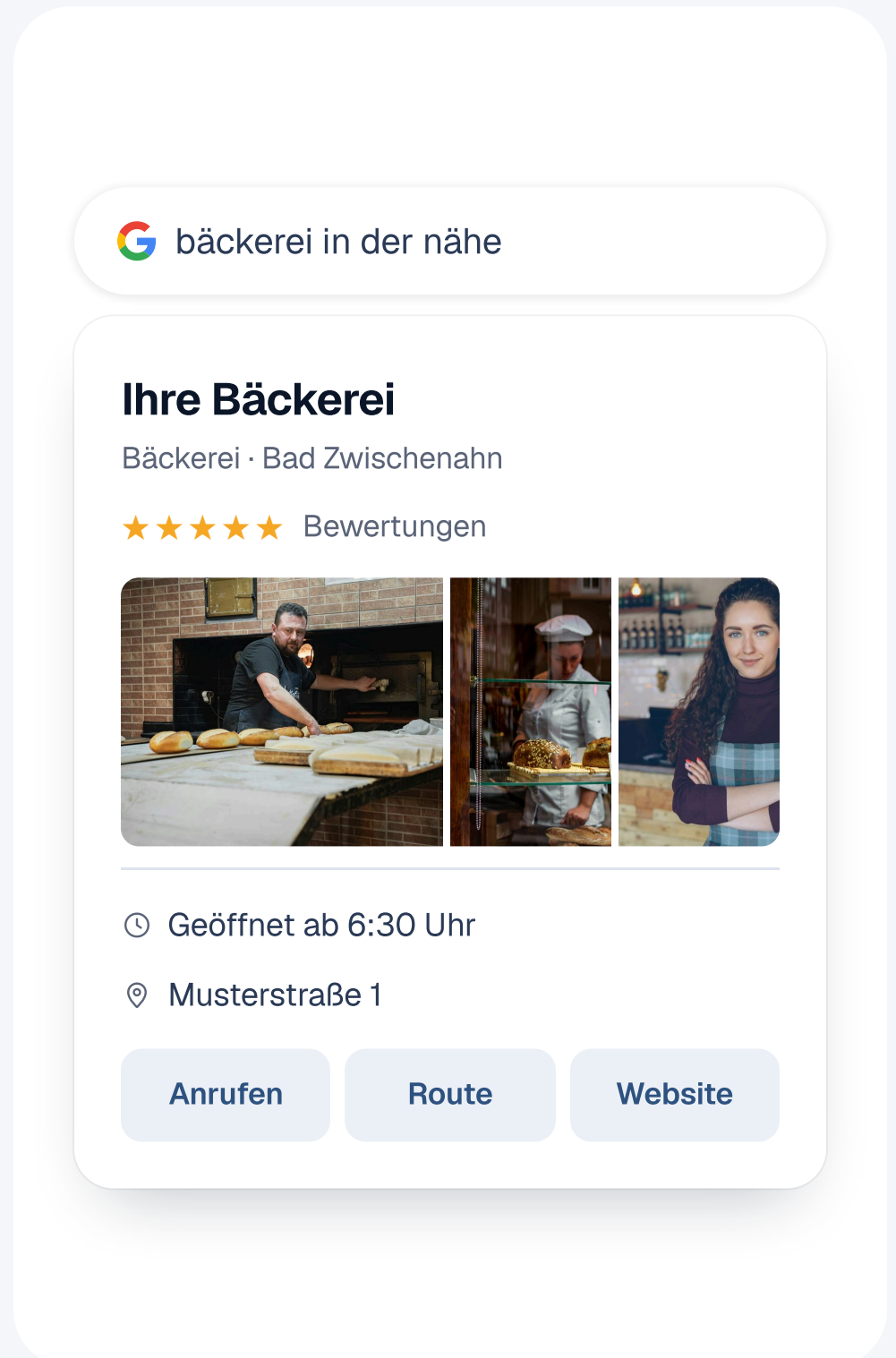


Abb. 2 · So sieht ein vollständiges Profil aus (Beispiel)

Viele Kunden entscheiden auf der Karte, bevor sie Ihre Website überhaupt sehen.

Sofort prüfen

1

Kategorie

Passt die Hauptkategorie genau zu dem, womit Sie Geld verdienen?

2

Fotos

Zeigen aktuelle Fotos Team, Räume und echte Arbeiten?

3

Bewertungen

Ist jede Bewertung beantwortet, auch die kritischen?

3

These 3

Anfragen gehen auf den letzten Metern verloren.



Abb. 3 · Die Anfrage soll ankommen, wo gearbeitet wird

Angenommen, jemand hat Sie gefunden und will Sie beauftragen. Jetzt kommt der Moment, in dem überraschend viel schiefgeht: Die Telefonnummer steht nur im Impressum. Das Formular hat zwölf Pflichtfelder. Der Knopf heißt „Absenden“, und danach passiert nichts Sichtbares.

Und selbst wenn die Anfrage durchkommt: Oft fehlt genau das, was Sie für ein Angebot brauchen. Maße, Menge, Wunschtermin, ein Foto. Also wird hinterhertelefoniert, und bis das Angebot raus ist, hat der Kunde längst woanders angefragt.

Ein schöneres Design bringt selten mehr Anfragen. Ein kürzerer Weg zum Anruf fast immer.

Sofort prüfen

1

Telefonnummer

Steht sie auf jeder Seite oben und lässt sie sich antippen?

2

Formular

Fragt es nur, was Sie fürs Angebot brauchen, und nicht mehr?

3

Danach

Sieht der Kunde nach dem Absenden, dass alles angekommen ist?

4

These 4

Echte Belege schlagen schöne Worte.

„Qualität, Zuverlässigkeit und Kundennähe“ steht auf fast jeder Website. Deshalb glaubt es niemand mehr. Was Menschen überzeugt, sind Dinge, die man nicht einfach behaupten kann:

- Fotos aus dem eigenen Betrieb, vom eigenen Team, von echten Arbeiten
- Bewertungen bei Google, möglichst viele und aktuelle
- Referenzen mit Namen, Ort und Ergebnis
- Meisterbrief, Zertifikate, Mitgliedschaften
- Ein Gesicht und ein Name zur Telefonnummer



Abb. 4 · Echte Bildwelt statt Stockfoto. Foto: © Foto- und Bilderwerk, Sven Seebergen

Stockfotos mit lächelnden Menschen im Blaumann erkennt heute jeder. Sie schaden nicht viel, aber sie helfen auch nicht. Ein einziges gutes Foto vom echten Team wirkt stärker als zehn gekaufte Bilder.

Sofort prüfen

1

Eigene Bilder

Wie viele Fotos auf Ihrer Website zeigen wirklich Ihren Betrieb?

2

Bewertungen

Bitten Sie zufriedene Kunden direkt nach dem Auftrag darum?

3

Referenzen

Steht bei Ihren Beispielen, wer, wo und mit welchem Ergebnis?

5

These 5

Sichtbarkeit ist Pflege, kein Projekt.

Viele Betriebe behandeln ihre Website wie eine Anschaffung: einmal gekauft, dann steht sie da. Doch Software braucht Updates, Formulare fallen still aus, Öffnungszeiten und Leistungen ändern sich. Und Google bevorzugt, was aktuell und gepflegt ist.

Das heißt nicht, dass Sie jede Woche bloggen müssen. Es reicht, wenn jemand regelmäßig nach dem Rechten sieht: Updates, Backups, ein Test des Formulars, neue Fotos im Google-Profil, eine Antwort auf jede Bewertung.

Eine halbe Stunde im Monat, die man aber nicht vergessen darf. Wer das nicht selbst machen will, gibt es ab. Unsere Betreuung beginnt bei 59 € im Monat, ohne Mindestlaufzeit.

Wartungsprotokoll

Beispiel

✓	Sicherheitsupdates eingespielt	02.10.
✓	Backup geprüft	09.10.
✓	Öffnungszeiten Feiertage angepasst	14.10.
✓	Kontaktformular getestet	16.10.
✓	Drei Bewertungen beantwortet	21.10.

Abb. 5 · Ein Monat Pflege, in wenigen Zeilen

Eine Website ist nie ganz fertig. Wer sie aktuell hält, wird gefunden.

Sofort prüfen

1

Fester Termin

Gibt es einen Tag im Monat, an dem jemand die Website prüft?

2

Formular-Test

Wann haben Sie zuletzt selbst eine Testanfrage geschickt?

3

Aktuelle Angaben

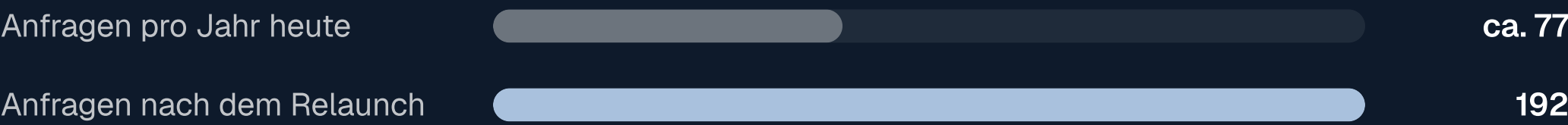
Stimmen Leistungen, Preise und Öffnungszeiten überall?

Eine Beispielrechnung zum Nachrechnen.

Alle Annahmen sind erfunden und bewusst vorsichtig. Setzen Sie Ihre eigenen Werte ein, am einfachsten im Website-Check auf [vistafront.de](#).

51.800 €

zusätzlicher Umsatz pro Jahr, Beispiel



Position	Rechnung	pro Jahr
Anfragen heute	$800 \times 0,8 \% \times 12$	ca. 77
Anfragen nach dem Relaunch	$800 \times 2 \% \times 12$	192
Zusätzliche Anfragen	$192 - 77$	ca. 115
Zusätzliche Aufträge	$115 \times 30 \%$	ca. 35
Zusätzlicher Umsatz	$115 \times 30 \% \times 1.500 \text{ €}$	ca. 51.800 €

Die Annahmen

- 800 Besucher im Monat auf der Website
- Heute 0,8 % Anfragen, nach dem Relaunch 2 %
- 30 % der Anfragen werden zum Auftrag
- 1.500 € Umsatz pro Auftrag

Der ehrliche Teil

Zum Vergleich: Eine Website Starter kostet ab 2.490 € einmalig. Ob eine Website von 0,8 auf 2 % kommt, hängt von Branche, Angebot und Konkurrenz ab. Garantieren kann das niemand.

Und die KI-Suche?

Was für Menschen klar ist, versteht auch die KI.

Immer mehr Menschen fragen ChatGPT, Gemini oder Perplexity, und auch Google zeigt über vielen Ergebnissen eine Antwort aus KI. Diese Systeme nennen bevorzugt Betriebe, über die es eindeutige, glaubwürdige und gut belegte Informationen gibt.

Das Gute daran: Die fünf Thesen gelten genauso. Wer klare Seiten, ein gepflegtes Google-Profil und echte Bewertungen hat, ist für klassische Suche und KI-Suche gut aufgestellt. Fachleute nennen das GEO, Generative Engine Optimization.

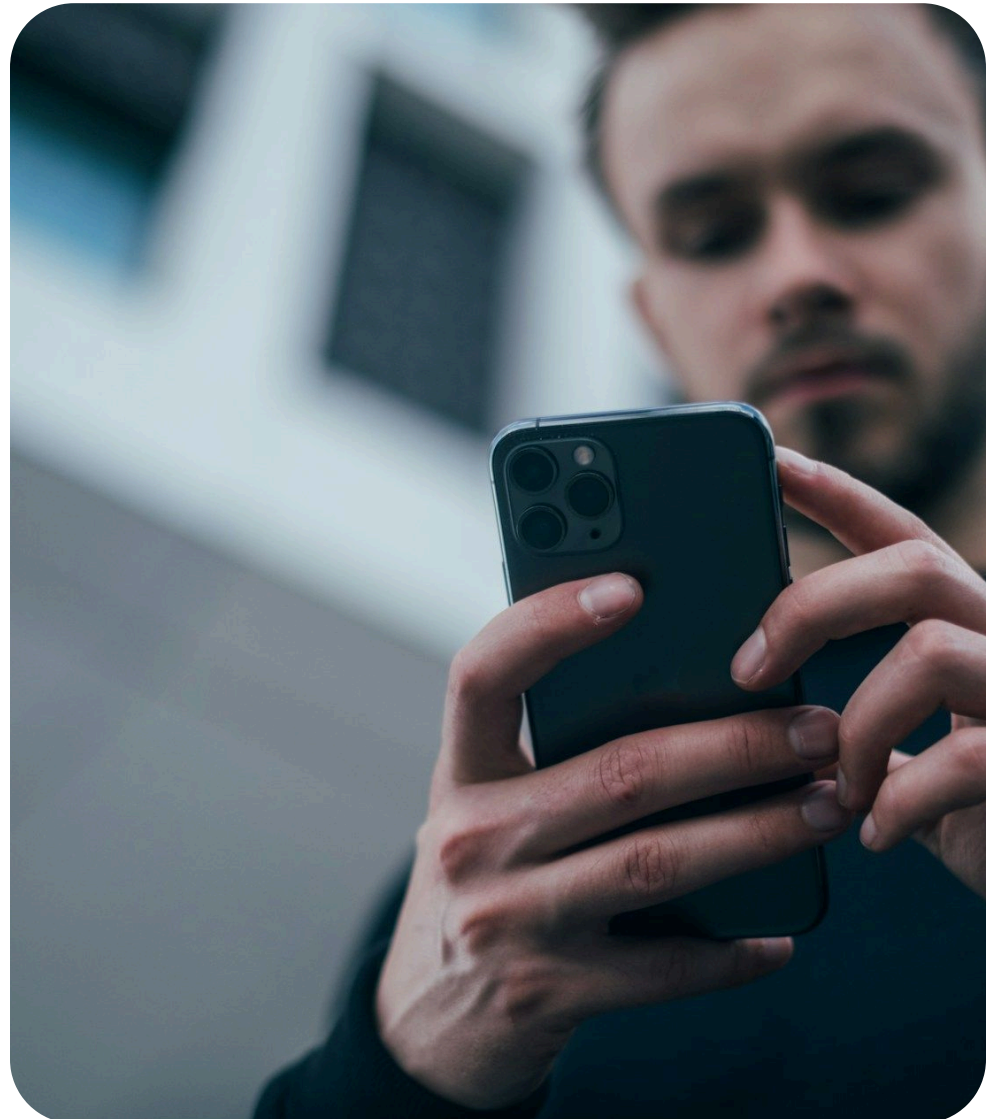


Abb. 6 · Gefragt wird zunehmend ein KI-Assistent

ChatGPT

Teilen

Welche Kfz-Werkstatt in Bad Zwischenahn macht auch TÜV?



In Rostrup bietet der **Kfz-Meisterbetrieb J. Budden** Wartung aller Fabrikate an und ist TÜV-Nord-Prüfstützpunkt. [1] [kfz-budden.de](https://www.kfz-budden.de) [2] [Google-Profil](#)

Abb. 7 · Beispielhafte Antwort einer KI-Suche

Eindeutige Angaben

Name, Adresse, Telefon und Leistungen überall gleich.

Strukturierte Daten

Maschinenlesbare Angaben, die Google und KI auslesen.

Klare Leistungsseiten

Eine Seite pro Leistung, mit Ort und echten Antworten.

Belege

Bewertungen und Erwähnungen, die zeigen, dass es Sie gibt.

Was VistaFront anders macht.

Wir sind keine große Agentur und wollen keine sein. Wir bauen Websites für Betriebe, die von ihrer Website vor allem eines erwarten: Anfragen.



Abb. 8 · Wir bauen für Betriebe, die mit ihrer Arbeit überzeugen

Anfragen zuerst.

Jede Entscheidung, von der Struktur bis zum Knopf, prüfen wir daran, ob sie zu mehr Anfragen führt.

Texte von uns.

Sie erzählen uns einmal, was Sie machen. Wir schreiben, Sie geben frei.

Online in Wochen.

Zwei bis drei Wochen für Landingpage und Website Starter, vier bis sechs für Website Growth.

Festpreis statt Stundensatz.

Sie wissen vorher, was es kostet. Schriftlich, bevor wir beginnen.

Gefunden werden inklusive.

Suchbegriffe, Google-Profil und Weiterleitungen gehören dazu, nicht in ein Zusatzpaket.

Direkt mit den Gründern.

Sie sprechen mit Tim Jungeblut und Luke Marken, in der Region auch vor Ort.

Landingpage Sprint	Website Starter	Website Growth	Local SEO & GEO	Betreuung pro Monat
ab 1.490 €	ab 2.490 €	ab 3.790 €	ab 290 €	ab 59 €

Fünf Fragen an Ihre Website.

Beantworten Sie sie ehrlich. Wenn Sie bei zwei oder mehr zögern, lohnt sich ein genauer Blick.

1

Finde ich auf dem Handy in fünf Sekunden die Telefonnummer?

Probieren Sie es mit einer Hand, ohne zu zoomen.

2

Wo stehe ich, wenn jemand meine Leistung und meinen Ort sucht?

Im privaten Fenster suchen, damit Google Ihre eigenen Besuche nicht mitzählt.

3

Stimmt in meinem Google-Profil alles, auch die Öffnungszeiten an Feiertagen?

Und wann habe ich zuletzt eine Bewertung beantwortet?

4

Weiß ich nach einer Anfrage über die Website alles für ein Angebot?

Oder muss ich jedes Mal hinterhertelefonieren?

5

Wer kümmert sich um Updates, Backups und das Formular?

Wenn die Antwort „niemand“ lautet, ist das die wichtigste.

Genauer wissen? Der Website-Check auf vistafront.de stellt zehn kurze Fragen und zeigt Ihnen in drei Minuten, wo der größte Hebel liegt. Kostenlos und ohne Anmeldung.

vistafront.de/website-check

Geschrieben von den Gründern.

Dieses Whitepaper fasst zusammen, was wir in unseren Projekten mit kleinen Betrieben sehen. Wenn Sie über einen der Gedanken sprechen möchten, melden Sie sich direkt bei uns.



Tim Jungeblut

Gründer · Strategie & Sichtbarkeit

Ansprechpartner für Website-Projekte, Local SEO und Texte. Hat die SEO-Redaktion für fünf bundesweite Vergleichsportale aufgebaut.



Luke Marken

Gründer · Strategie & Delivery

Plant Projekte vom Erstgespräch bis zum Launch und steht dafür ein, dass Termine und Festpreise halten.

Sprechen wir über Ihren Betrieb.

30 Minuten, kostenlos und ohne Verkaufsdruck. Wir sehen uns Ihre Website und Ihre Sichtbarkeit bei Google an und sagen ehrlich, was sie mehr bringen kann.

info@vistafront.de · +49 173 904 2365

Jungeblut Marken Digital GbR · Altenkirchen 7 · 26160 Bad Zwischenahn

vistafront.de/kontakt