BESTANDSAUFNAHME · MUSTERBERICHT
ERFUNDENES BEISPIEL · ECHTE PRÜFSCHRITTE

Musterbericht

So ist ein Befund aufgebaut. Der Betrieb in diesem Beispiel existiert nicht, die Domain endet auf `.example` — eine Endung, die nie vergeben wird. Die Befunde sind erfunden. Die Prüfschritte, die Reihenfolge und die Art, wie ich das aufschreibe, sind genau die, die Sie bekommen.

Der Grund, warum dieser Musterbericht existiert: Die Bestandsaufnahme kostet 1.500 EUR netto und wird nicht mit einem späteren Projekt verrechnet. Dann sollten Sie vorher sehen können, wofür.

01

Rahmen

BETRIEB

Musterbetrieb (erfunden), Heizung und Sanitär, sieben Mitarbeiter

DOMAIN

`musterbetrieb.example`

GEPRÜFT AM

4. bis 11. März, alle Bildschirmfotos mit Datum im Anhang

ZUGÄNGE

Google Ads „Nur Lesen“, GA4 „Betrachter“, Tag Manager „Lesen“, Search Console „Eingeschränkter Nutzer“

UMFANG

Website, Google-Werbung, Messung, Einwilligung. Keine Änderungen vorgenommen.

02

Das Wichtigste in vier Sätzen

Ihr Werbekonto meldet seit dem Umbau der Website im vergangenen Jahr keine Anfragen mehr; das Ereignis, das eine Anfrage melden soll, wird beim Absenden des Formulars nicht ausgelöst. Google kann deshalb nicht lernen, welche Anzeige wirkt, und verteilt das Budget nach einem Signal, das es nicht gibt.

Zwei kleinere Punkte kosten Sie zusätzlich Geld: ein Suchbegriff, unter dem Sie seit Monaten Bewerbungen statt Aufträge bekommen, und eine Telefonnummer, die auf dem Handy nicht wählbar ist. Beides ist an einem Tag erledigt, und ein Umbau der Website ist aus meiner Sicht nicht nötig.

03

Kritisch

DREI BEFUNDE · GESCHÄTZTER AUFWAND ZUSAMMEN 6 STUNDEN

BEFUND 1 · MESSUNG

Das Conversion-Ereignis „Anfrage“ ist im Werbekonto angelegt, steht aber seit dem 14. September auf „Keine

aktuellen Conversions“. Beim Absenden des Formulars wird der zugehörige Aufruf nicht ausgelöst: Die Seite lädt nach dem Absenden neu, und das Ereignis hängt an einem Klick auf einen Knopf, den es nach dem Umbau nicht mehr gibt.

Was das kostet: Ihre Kampagne läuft auf „Conversions maximieren“. Ohne gemeldete Conversion optimiert Google auf null Signale und verteilt das Budget nach Klickwahrscheinlichkeit statt nach Anfragen. In den fünf Monaten seit dem Umbau sind das rund 4.000 EUR Werbebudget, die ohne Rückmeldung ausgegeben wurden.

Wie Sie das selbst prüfen: tagassistant.google.com öffnen, Ihre Adresse eingeben, das Formular abschicken. Erscheint kein Ereignis mit einer AW-Kennung, meldet Ihr Formular nichts. Wichtig: vorher über eine eigene Suche auf die Anzeige klicken, sonst zählt Google auch bei richtiger Einrichtung nichts.

BEFUND 2 · WERBUNG

In den Suchbegriffen der letzten 90 Tage stehen 312 Klicks auf Begriffe rund um „Ausbildung“, „Stellenangebot“ und „Gehalt“. Eine ausschließende Begriffsliste ist im Konto nicht hinterlegt.

Was das kostet: Bei einem durchschnittlichen Klickpreis von 2,40 EUR sind das rund 750 EUR im Quartal für Suchanfragen, aus denen kein Auftrag werden kann. Anfragen zu Ausbildung sind nicht schlecht — sie gehören nur nicht in eine Kampagne, die Heizungstausch verkauft.

Wie Sie das selbst prüfen: Google Ads → Kampagnen → Statistiken → Suchbegriffe, Zeitraum auf 90 Tage, nach Klicks sortieren, die ersten fünfzig Zeilen lesen. Das dauert zehn Minuten und ist der Bericht, der am meisten über ein Konto verrät.

BEFUND 3 · EINWILLIGUNG

Beim ersten Aufruf der Startseite werden das Analyse-Skript und ein Werbe-Tag geladen, bevor im Einwilligungsbanner etwas angeklickt wurde. Im Inkognito-Fenster stehen nach dem Laden bereits die Cookies `_ga` und `_gcl_au`.

Was das kostet: Zunächst nichts, und genau das ist das Unangenehme daran — es fällt erst auf, wenn jemand fragt. Der Banner ist vorhanden und erweckt den Eindruck, er würde etwas blockieren. Er tut es nicht.

Wie Sie das selbst prüfen: neues Inkognito-Fenster, Seite laden, nichts anklicken, F12 → Application → Cookies. Steht dort schon `_ga` oder `_gcl_au`, wird vor der Einwilligung gemessen.

04

Sollte weg

DREI BEFUNDE · GESCHÄTZTER AUFWAND ZUSAMMEN 4 STUNDEN

BEFUND 4 · WEBSITE

Die Telefonnummer im Kopf der Seite ist Text, kein Verweis. Auf dem Handy lässt sie sich nicht antippen; man muss sie abschreiben.

Was das kostet: Bei einem Notdienst ist der Anruf die eigentliche Anfrage. Jeder zusätzliche Handgriff zwischen „Anzeige gesehen“ und „es klingelt“ kostet Anrufe, und gezählt werden sie ohnehin nicht.

Wie Sie das selbst prüfen: Seite auf dem eigenen Handy öffnen, auf die Nummer tippen. Passiert nichts, ist es Text.

BEFUND 5 · MESSUNG

Es sind zwei Analyse-Kennungen eingebunden: eine im Quelltext der Seite, eine über den Tag-Manager. Beide zählen dieselben Aufrufe in zwei verschiedene Konten.

Was das kostet: kein Geld, aber jede Diskussion über Zahlen. Zwei Konten liefern zwei Wahrheiten, und in der Besprechung gewinnt die, die gerade besser passt.

Wie Sie das selbst prüfen: Seite öffnen, Rechtsklick, „Seitenquelltext anzeigen“, mit Strg+F nach G- suchen. Erscheinen zwei verschiedene Kennungen, laufen zwei Messungen.

BEFUND 6 · WEBSITE

Unter Ihrer Domain sind zwei ältere Adressen weiterhin erreichbar: eine Seite von einer Aktion vor drei Jahren und ein Testsystem mit veralteten Preisen. Beide stehen in den öffentlichen Zertifikatsregistern und sind über Google auffindbar.

Was das kostet: Ein Kunde, der die alten Preise findet, ruft mit den alten Preisen an. Das Gespräch beginnt dann mit einer Korrektur.

Wie Sie das selbst prüfen: bei Google site:ihredomain.de eingeben und alle Treffer durchsehen. Was Sie nicht wiedererkennen, ist der interessante Teil.

Kosmetik

ZWEI BEFUNDE · GESCHÄTZTER AUFWAND ZUSAMMEN 2 STUNDEN

BEFUND 7 · WEBSITE

Das Bild auf der Startseite ist 4,2 MB groß und wird auf 900 Pixel Breite angezeigt. Auf dem Handy dauert der erste Aufbau dadurch etwa 4 Sekunden.

Was das kostet: Aufmerksamkeit. Der Klick ist bezahlt, bevor die Seite steht.

Wie Sie das selbst prüfen: F12 → Netzwerk → Seite neu laden → nach Größe sortieren. Was oben steht, ist die Bremse.

BEFUND 8 · RECHTLICHES

Die Datenschutzerklärung nennt einen Kartendienst und ein Videoportal, die auf der Seite nicht eingebunden sind, und erwähnt den Tag-Manager nicht, der eingebunden ist.

Was das kostet: nichts, solange niemand hinsieht. Es ist der typische Rest eines Textbausteins aus einem Generator.

Wie Sie das selbst prüfen: Datenschutzerklärung lesen und jeden genannten Dienst im Quelltext der Seite suchen. Was Sie nicht finden, gehört gestrichen.

06

Handlungsliste

Sortiert danach, was zuerst gemacht werden sollte. Die Stunden sind geschätzt, nicht gemessen.

1 · CONVERSION-MESSUNG NEU AUFSETZEN UND VON HAND NACHMESSEN

3 Stunden · Befund 1 · muss zuerst passieren, alles Weitere hängt daran

2 · AUSSCHLIESSENDE BEGRIFFSLISTE ANLEGEN UND EINHÄNGEN

2 Stunden · Befund 2

3 · EINWILLIGUNG SO EINRICHTEN, DASS SIE VORHER BLOCKIERT

1 Stunde · Befund 3

4 · TELEFONNUMMER WÄHLBAR MACHEN, ANRUFE ZÄHLEN

1 Stunde · Befund 4

5 · ZWEITE ANALYSE-KENNUNG ENTFERNEN

1 Stunde · Befund 5

6 · ALTE ADRESSEN ABSCHALTEN ODER WEITERLEITEN

2 Stunden · Befund 6

7 · STARTSEITENBILD ERSETZEN

1 Stunde · Befund 7

8 · DATENSCHUTZERKLÄRUNG AN DIE TATSÄCHLICHEN DIENSTE ANPASSEN

1 Stunde · Befund 8 · den Text sollte am Ende ein Anwalt ansehen, nicht ich

ZUSAMMEN 12 STUNDEN

07

Was ich nicht prüfen konnte und warum

ANRUFE — Es gibt keine Rufnummernerfassung. Wie viele Anrufe aus Anzeigen kommen, lässt sich rückwirkend nicht feststellen. Ab Einrichtung ja, rückwirkend nein.

ZEITRAUM VOR DEM 14. SEPTEMBER — Das Werbekonto hält Suchbegriffdaten nicht unbegrenzt vor. Was davor war, kann ich nicht mehr sehen.

UNTERNEHMENSPROFIL — Zugang lag nicht vor. Der Abschnitt beruht auf drei Bildschirmfotos, die Sie mir geschickt haben, und ist entsprechend dünn.

E-MAIL-ZUSTELLUNG — Ich habe drei Testanfragen abgeschickt und alle drei kamen an. Ob Ihre Anfragen bei allen Anbietern ankommen, sagt das nicht; dafür bräuchte ich Zugriff auf den Mailserver.

RECHTLICHE BEWERTUNG — Ich beschreibe, was technisch passiert. Ob Ihre Datenschutzerklärung trägt, beurteilt Ihr Anwalt.

08

Empfohlener nächster Schritt

Ein Umbau der Website ist aus meiner Sicht nicht nötig. Die Seite ist unauffällig, sie nimmt Anfragen entgegen, und das Geld liegt woanders. Was ich vorschlage, ist die Handlungsliste selbst, in der angegebenen Reihenfolge.

VORSCHLAG

Punkte 1 bis 8 der Handlungsliste, 12 Stunden zu 140 EUR netto = 1.680 EUR netto

DAUER

Zwei Wochen ab Freigabe

DANACH

Vier Wochen später eine Stunde, um nachzusehen, ob die Messung noch zählt. Ob Sie danach eine laufende Betreuung wollen, entscheiden Sie dann — nicht jetzt.

Sie können diese Liste auch Ihrem bisherigen Dienstleister geben. Sie ist so geschrieben, dass das geht.

Alle Angaben netto, zzgl. 19 % Umsatzsteuer.

09

Hier endet der Musterbericht

Ein echter Befund hat zehn bis fünfzehn Seiten, weil zu jedem Punkt das Bildschirmfoto mit Datum gehört. Der Aufbau ist genau dieser.