

DER WEBSEITEN-CHECK

Analyse-Report für eine Psychotherapie-Praxis

Geprüfte Webseite: anonymisiert — Einzelpraxis in der Deutschschweiz

Datum: 19. September 2026

Geprüft von: vivekaweb.net — KI-Analyse, von Menschen kuratiert



Gesamt-Score deiner Webseite

Zusammengesetzt aus 5 Kategorien: Design & Handwerk, SEO, KI-Auffindbarkeit (AEO), Datenschutz, Conversion.

Dein Ergebnis auf einen Blick

Design & Handwerk		65
SEO — Google-Auffindbarkeit		50
AEO — KI-Auffindbarkeit		30
Datenschutz & Recht		45
Conversion — aus Besuchern werden Anfragen		50

Kurzfassung: Deine Seite hat zwei echte Stärken: Sie lädt in unter einer Sekunde, und sie zeigt deine Praxis in eigenen Fotos statt in Stockbildern. Anfragen verliert sie trotzdem, an drei Stellen. Erstens führt kein Weg zum Erstgespräch: Es gibt keinen Knopf dafür, und deine Telefonnummer lässt sich auf dem Handy nicht antippen. Zweitens findet dich niemand, der nicht deinen Namen kennt — im Seitentitel fehlen Leistung und Ort, und für KI-Suchen existiert deine Praxis gar nicht. Drittens fehlt die Datenschutzerklärung, obwohl Menschen über dein Formular ihr Anliegen schildern. Alle drei Punkte sind lösbar, die ersten drei Massnahmen auf Seite 6 kosten zusammen weniger als eine Stunde.

1 · Design & Handwerk — 65/100



Eigene Praxisfotos statt Stockbilder

Die Bilder zeigen deinen echten Raum, in gleichbleibender Stimmung. Das ist bei Praxis-Webseiten selten und genau richtig — Menschen wollen sehen, wohin sie kommen.



Die grosse Zeile sagt nichts

Über dem ersten Bildschirm steht «Herzlich Willkommen». Wer dich nicht kennt, erfährt in drei Sekunden weder, für wen du arbeitest, noch wo du bist. Dein Angebotstext kann das — er steht nur zu weit unten.



Grauer Text auf Weiss, teils unlesbar

Vier Textstellen liegen unter dem Lesbarkeits-Standard, eine davon ist eine Überschrift. Der schlechteste Wert ist 2.65 zu 1 — nötig sind 4.5 zu 1. Auf einem Handy im Tageslicht verschwindet dieser Text.

2 · SEO — Google-Auffindbarkeit — 50/100



Sehr schnelle Seite

Die Startseite antwortet in unter einer Sekunde. Das ist besser als bei den meisten Praxis-Webseiten und eine gute Grundlage.



Seitentitel ohne Leistung und ohne Ort

Im Browser-Tab und in jedem Google-Ergebnis steht nur dein Name. Wer «Psychotherapie» und deinen Ort sucht, sieht keinen Grund zu klicken. Die Kurzbeschreibung unter dem Titel fehlt ganz — Google erfindet sie dann selbst.



Keine Gliederung für Suchmaschinen

Die Seite hat zwei Hauptüberschriften und keine einzige Zwischenüberschrift. Google liest Struktur — hier findet es keine. Ausserdem haben vier von fünf Bildern keinen Alternativtext.

3 · AEO — Auffindbarkeit in KI-Suchen — 30/100

Immer mehr Menschen fragen ChatGPT, Claude oder Perplexity statt Google. Damit du in diesen Antworten vorkommst, braucht deine Seite strukturierte Daten und maschinenlesbare Inhalte.



Für KI-Suchen existiert deine Praxis nicht

Deine Seite enthält keine strukturierten Daten. Das ist der maschinenlesbare Steckbrief: Wer bist du, was bietest du an, wo, zu welchen Zeiten. Ohne ihn können ChatGPT, Perplexity und die KI-Antworten in Google dich nicht nennen.



Bei der Suche nach deiner Leistung und deinem Ort erscheinst du nicht

Wir haben am 19.09.2026 nach «Psychotherapie» und deinem Ort gesucht. In der Antwort erscheinen ein Branchenverzeichnis und drei namentlich genannte Praxen. Deine nicht.



Deine Inhalte sind lesbar, nicht in Bildern versteckt

Angebot, Ansätze und Konditionen stehen als Text auf der Seite. Damit ist die Grundlage da — es fehlt nur der Steckbrief.

4 · Datenschutz & Recht — 45/100



Keine Datenschutzerklärung — bei einem Formular für Anliegen

Über dein Formular schreiben Menschen, warum sie kommen möchten — besonders schützenswerte Angaben. Eine Erklärung, was damit passiert, fehlt auf der ganzen Seite.



Schriften werden bei jedem Aufruf von Google geladen

Deine Seite holt die Schrift von einem Google-Server. Dabei geht die IP jeder Besucherin an Google, bevor sie etwas anklicken konnte. Lösung: Schrift lokal ablegen.



Kein Tracking, keine Werbepixel

Deine Seite lädt keine Analyse- oder Werbedienste. In dieser Branche die richtige Entscheidung.

5 · Conversion — aus Besuchern werden Anfragen — 50/100



Kein Weg zum Erstgespräch

Drei Kacheln führen zur Navigation — aber kein Knopf «Erstgespräch anfragen». Wer sich entschieden hat, muss selbst suchen. Die meisten gehen stattdessen zurück zur Suche.



Telefonnummer ist toter Text

Die Nummer steht auf der Kontaktseite, ist am Handy aber nicht antippbar. Ein Link löst das in fünf Minuten.



Die Notfall-Hinweise sind vorbildlich

Notfallnummern stehen sichtbar auf der Seite, dazu ein klarer Hinweis, wofür die Praxis nicht der richtige Ort ist. Verantwortungsvoll und vertrauensbildend.



Es fehlt die eine Zeile, die dein Telefon entlastet

Nirgends steht, ob du neue Klientinnen aufnimmst und wie schnell du antwortest. Genau das fragen die Anrufe, die dich zwischen zwei Sitzungen erreichen.

Zusatzblatt für deine Praxis

Sechs Punkte, die nur Praxis-Webseiten betreffen. Sie zählen nicht zum Score, entscheiden aber oft, ob jemand anfragt: Wer eine Therapeutin sucht, will wissen, ob sie Platz hat, was es kostet und wer sie ist.



Weg zum Erstgespräch: vorhanden, aber versteckt

Ein Formular gibt es, aber erst auf der Kontaktseite, und kein Knopf führt hin. Die Telefonnummer lässt sich am Handy nicht antippen.



Aufnahmestatus und Wartezeit: fehlen

Nirgends steht, ob du neue Klientinnen aufnimmst oder eine Warteliste führst. Genau das fragen die meisten Anrufe zwischen zwei Sitzungen.



Kosten und Abrechnung: vorbildlich erklärt

Auf der Seite «Konditionen» steht das Anordnungsmodell vollständig: Anordnung vom Hausarzt, Grundversicherung, Franchise und Selbstbehalt. Ein Satz dazu schon auf der Startseite würde Anrufe sparen.



Titel und Qualifikation: vollständig, aber nur unter «Über mich»

Titel, Verband und Werdegang stehen alle da. Auf der Startseite steht davon nichts, dabei prüfen Klientinnen genau das zuerst.



Kontaktformular: Freitext ohne Hinweis

Das Formular läuft verschlüsselt, hat aber sieben Felder plus Freitext, keinen Satz wie «Bitte noch keine Angaben zu Beschwerden» und keine Datenschutzerklärung dazu.



Foto und Haltung: nur auf den Unterseiten

Unter «Über mich» zeigst du dich mit einem natürlichen, freundlichen Foto, und deine Ansätze beschreibst du ausführlich. Auf der Startseite sieht man nur den Raum und zwei Hände. Klientinnen entscheiden sich für einen Menschen: Zeig dich schon im ersten Bildschirm.

Deine Massnahmenliste — in dieser Reihenfolge

Priorisiert nach Wirkung auf deine Anfragen. **QUICK-WIN** = in unter einer Stunde umsetzbar · **PROJEKT** = braucht Zeit oder Profi.

1**Telefonnummer antippbar machen** **QUICK-WIN**

Aus der Nummer wird ein Link. Auf dem Handy genügt dann ein Tippen zum Anrufen. Fünf Minuten Arbeit, wirkt bei jeder Besucherin.

2**«Erstgespräch anfragen» in den ersten Bildschirm** **QUICK-WIN**

Ein Knopf, gleiche Stelle auf jeder Seite, direkt zum Formular. Das ist der fehlende nächste Schritt.

3**Eine Zeile zum Aufnahmestatus** **QUICK-WIN**

«Ich nehme zurzeit neue Klientinnen auf» oder «Warteliste, Stand September» — sichtbar oben. Diese Zeile beantwortet die häufigste Frage am Telefon.

4**Seitentitel und Kurzbeschreibung schreiben** **QUICK-WIN**

Statt nur deines Namens: Leistung, Zielgruppe und Ort. Wirkt sofort auf jedes Google-Ergebnis.

5**Datenschutzerklärung erstellen und verlinken** **PROJEKT**

Was passiert mit dem, was jemand ins Formular schreibt, wer hat Zugriff, wie lange wird es aufbewahrt. Bei Gesundheitsbezug rechtlich zwingend.

6**Schriften lokal einbinden** **QUICK-WIN**

Die Schrift auf den eigenen Server legen. Damit geht keine Besucher-IP mehr an Google, und die Seite wird schneller.

7

Textfarbe abdunkeln

QUICK-WIN

Bis alle Textstellen den Lesbarkeits-Standard 4.5 zu 1 erreichen. Betrifft vier Stellen, darunter eine Überschrift.

8

Strukturierte Daten ergänzen

PROJEKT

Der maschinenlesbare Steckbrief deiner Praxis: Name, Adresse, Angebot, Zeiten. Damit KI-Antworten dich nennen können.

9

Nur eine Hauptüberschrift, Zwischentitel ergänzen

QUICK-WIN

Eine H1, darunter H2 für Angebot, Ansätze, Kontakt — so versteht Google die Seite.

10

Alternativtexte für die Bilder, E-Mail ins Impressum

QUICK-WIN

Ein Satz pro Bild für Suchmaschinen und Screenreader. Dazu die gesetzlich verlangte E-Mail ins Impressum.

Und jetzt? Deine nächsten Schritte

Die Quick-Wins kannst du selbst oder mit deinem bisherigen Webdienstleister umsetzen. Für alles, was mit **Projekt** markiert ist, gibt es zwei Wege mit uns:

Design-Vorschau

Ansehen →

CHF 290 — wird beim Paketkauf voll angerechnet

Wir zeigen dir konkret, wie deine neue Webseite aussehen würde: Struktur-Konzept + 2–3 Design-Richtungen. Du siehst die Lösung, bevor du dich entscheidest.

Neue

**Webseite,
fertig gebaut**

Pakete ansehen →

**Festpreis ab CHF 1'490 · in 7–14
Tagen online**

Alle Punkte aus diesem Report gelöst — Design, SEO, AEO, Datenschutz, Conversion. Inklusive 1 Jahr Hosting.

→ Antworte einfach auf die E-Mail mit diesem Report oder starte auf vivekaweb.net/angebote — deine 37.– aus diesem Check ziehen wir dir bei der Design-Vorschau ebenfalls ab.