



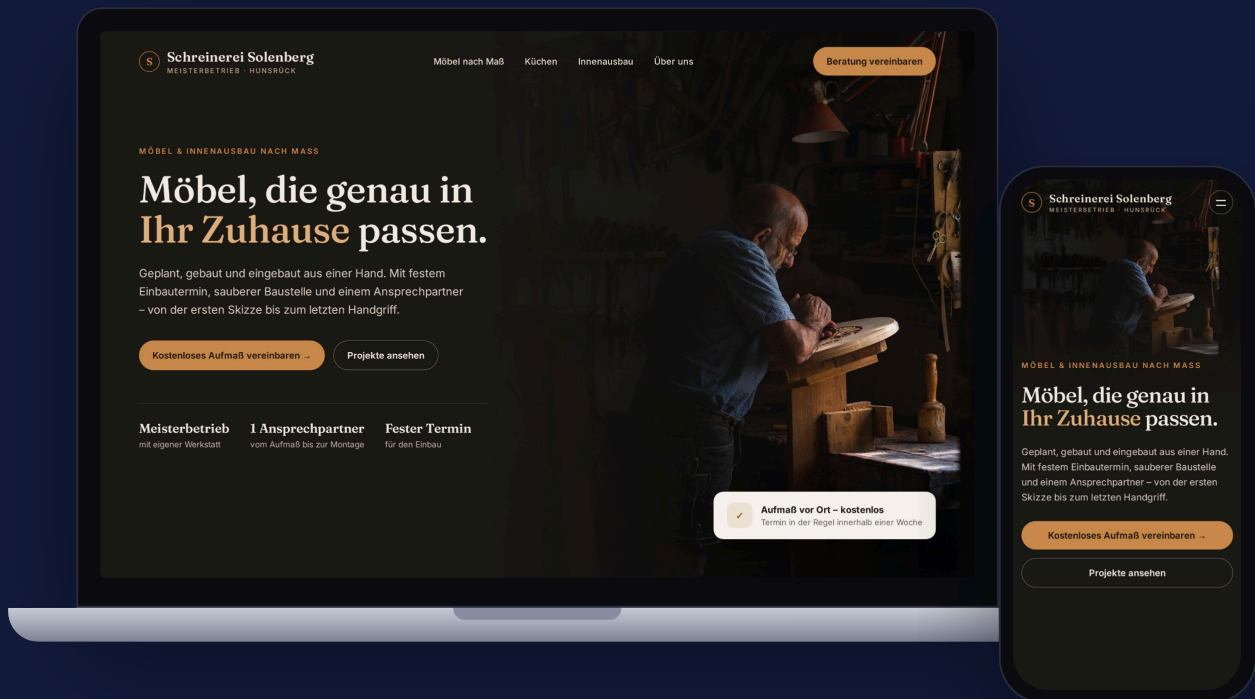
Digitalwirkung

STRATEGIEPAPIER FÜR INHABERINNEN UND INHABER

Bringt Dir Deine Website neue Kunden – oder liegt sie nur da wie eine Visitenkarte in der Schublade?

Die 5 Website-Fehler, die Betriebe jeden Monat neue Kunden kosten

... und wie Deine Website stattdessen zu Deinem **besten Vertriebsmitarbeiter** wird: gefunden bei Google und in KI-Suchen wie ChatGPT, mit planbar mehr passenden Anfragen.



Von Luciano Rizzuti
Inhaber Digitalwirkung

Persönliches Exemplar für:

Eine Nachricht vom Schreibtisch von Luciano Rizzuti, Inhaber von Digitalwirkung

Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer,

wusstest Du, dass inzwischen **jeder zweite Deutsche** zumindest gelegentlich eine KI wie ChatGPT fragt, statt zu googeln?¹ Bei den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar zwei von drei.

Das verändert, wie Kunden einen Betrieb finden. Die Frage ist nicht mehr nur: Findet man Dich bei Google? Sondern auch: **Nennt die KI Deinen Namen – oder den Deines Mitbewerbers?**



Ich zeige Dir gleich, warum die Websites vieler guter Betriebe dabei leer ausgehen. Die meisten sind eine Art **digitale Visitenkarte**: Sie liegen da, sehen mehr oder weniger ordentlich aus, und es passiert nichts.

Diese „Visitenkarten-Falle“ gibt es, weil mindestens einer von 5 typischen Website-Fehlern gemacht wird ...

Was Dich in diesem Strategiepapier erwartet

- | | |
|--|-------|
| 1. Situationen, die viele Inhaber kennen – und die ein Warnsignal sind | 3 |
| 2. Der Kreislauf hinter Websites, die keine Kunden bringen | 4 |
| 3. Wie Deine Kunden heute suchen – in Zahlen | 6 |
| 4. Die 5 Website-Fehler und woran Du sie erkennst | 6–11 |
| 5. Wie es anders laufen kann: die Wirkungs-Methode | 12–13 |
| 6. Ein Beispiel aus der Praxis | 14 |
| 7. Häufige Fragen und Dein Erstgespräch | 15–16 |

¹ Bitkom-Umfrage (November 2025, 1.156 Befragte ab 16 Jahren): 50 % nutzen zumindest gelegentlich KI-Chats statt klassischer Suchmaschinen, bei den 16- bis 29-Jährigen 66 %.

Ich schreibe Dir diese Zeilen, weil ich mir Deinen Online-Auftritt angesehen habe. Und weil ich vermute, dass Du gerade mindestens einen der Fehler machst, um die es gleich geht.

Ob das stimmt, kannst Du in zwei Minuten selbst prüfen.

Kennst Du Situationen wie diese?

- ☐ Deine **Auftragslage** ist nicht wirklich planbar – mal kommen viele Anfragen auf einmal, dann wochenlang kaum etwas ...
- ☐ Neue Kunden kommen fast nur über **Empfehlungen**. Das ist schön – aber Du kannst es nicht steuern ...
- ☐ Du hast eine Website, aber Du **weißt nicht**, ob darüber jemals ein Kunde gekommen ist ...
- ☐ Wer bei Google nach Deiner Leistung in Deiner Region sucht, **findet zuerst Deine Mitbewerber** ...
- ☐ Du hast ChatGPT mal nach einem Betrieb wie Deinem gefragt – und **Dein Name fiel nicht** ...
- ☐ Über die Website kommen eher **Preisvergleicher** als Kunden, die Deine Arbeit wertschätzen ...
- ☐ Du zahlst **Portalen** und Verzeichnissen Geld oder Provision, damit man Dich überhaupt findet ...
- ☐ Du schickst den Link zu Deiner Website **nicht gern** herum, weil sie nicht mehr zu Deinem Betrieb passt ...
- ☐ Auf dem **Smartphone** sieht Deine Seite anders aus, als sie sollte, oder lädt spürbar langsam ...
- ☐ Kleine Änderungen dauern **Wochen**, weil Dein Webdesigner schwer erreichbar ist – oder es ihn nicht mehr gibt ...
- ☐ Du hast schon Geld in Website oder Werbung gesteckt, aber **nie gesehen, was es gebracht hat** ...
- ☐ Und eigentlich fehlt Dir neben dem Tagesgeschäft schlicht **die Zeit**, Dich selbst darum zu kümmern ...

Wenn Du Dich in einem oder mehreren Punkten **wiederer kennst**, kreuz sie ruhig direkt hier mit einem Stift an.

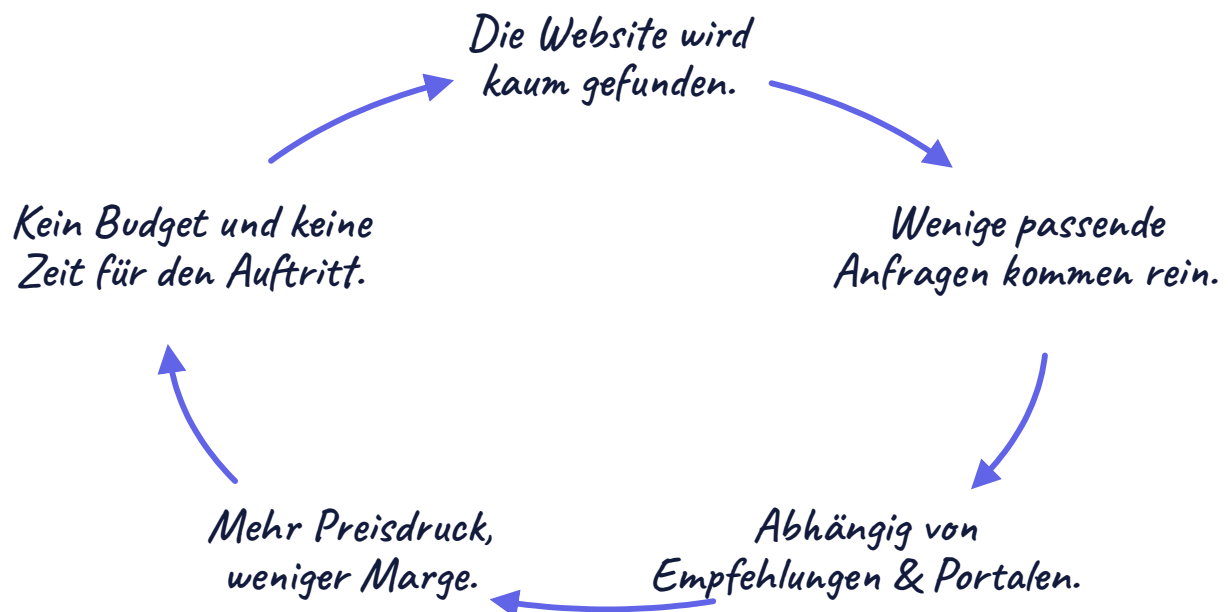
Wenn ein paar dieser Punkte zutreffen, habe ich eine gute und eine schlechte Nachricht für Dich.

Zuerst die schlechte:

Dann steckst Du mit hoher Wahrscheinlichkeit in der **Visitenkarten-Falle**. Deine Website ist da, aber sie arbeitet nicht für Dich. Dein Betrieb läuft trotzdem, vielleicht sogar gut, weil Du und Dein Team gute Arbeit machen und sich das herumspricht. Der Auftritt im Netz hat damit wenig zu tun.

Bei vielen Betrieben ist die Website ein Kostenpunkt, der nichts zurückbringt.

Und oft ist es sogar ein **Kreislauf**, der sich selbst verstärkt:



Dieser Kreislauf sorgt dafür, dass viele gute Betriebe online weit unter ihren Möglichkeiten bleiben – obwohl sie bei ihren Kunden einen hervorragenden Ruf haben.

Die gute Nachricht: Dieser Kreislauf lässt sich durchbrechen, wenn Du die folgenden 5 Website-Fehler gezielt beseitigst.

Wer Dir hier schreibt

Mein Name ist **Luciano Rizzuti**. Mit meiner Agentur **Digitalwirkung** baue ich Websites für Inhaber, die über ihre Website planbar neue Kunden gewinnen wollen.

Mein Handwerk: **Webdesign und technisches SEO**. Ich baue Websites – und Sorge dafür, dass sie gefunden werden. Seit Jahren beschäftige ich mich mit genau den Fragen aus diesem Report: Wie wird man bei Google gefunden? Wie taucht man in KI-Suchen auf? Und wie misst man, was davon wirklich Kunden bringt?



In großen Unternehmen kümmern sich ganze Teams um diese Fragen, mit Tests, Tracking und Budget.

Und dann sitze ich abends in einem Restaurant, in dem das Essen hervorragend ist, oder bin bei einem Betrieb, bei dem man ohne Empfehlung kaum einen Termin bekommt. Google ich die hinterher, finde ich sie kaum. Oder ich finde eine Website, die seit Jahren niemand angefasst hat.

Diese Lücke will ich schließen: Wissen auf Konzernniveau, zugeschnitten auf inhabergeführte Betriebe.

B.A. Online Marketing

IU Internationale Hochschule

SEO-Manager mit Auszeichnung

TH Köln

Online-Marketing-Manager

IHK Koblenz

Zertifiziert im Projektmanagement

Professional Scrum Product Owner (PSPO I)

Die Gefahr der Visitenkarten-Falle: Man nimmt sie nicht als Problem wahr, weil man die Alternative nicht kennt.

Die Alternative stelle ich Dir gleich vor. Vorher ein kurzer Blick darauf, wie Deine Kunden heute suchen.

So suchen Deine Kunden heute

50 %

nutzen zumindest
gelegentlich **KI-Chats**
statt Suchmaschinen

66 %

sind es bei den **16- bis 29-**
Jährigen – Deinen
Kunden von morgen

42 %

der KI-Nutzer haben
schon **falsche**
Informationen von der KI
bekommen

Quelle: Bitkom-Umfrage, November 2025, 1.156 Befragte ab 16 Jahren in Deutschland.

Google ist damit nicht weg. Fast jeder Zweite nutzt weiter nur die klassische Suche. Aber es ist ein **zweiter Weg** dazugekommen, und der funktioniert nach eigenen Regeln.

Für Deinen Betrieb heißt das: Du musst an zwei Stellen gefunden werden, bei Google und in den Antworten der KI. Findet die KI über Dich nichts Verlässliches, nennt sie jemand anderen. Oder sie erzählt Falsches über Dich, und das passiert öfter, als man denkt.

Die 5 Website-Fehler, die immer wieder in die Visitenkarten-Falle führen

Die folgenden Fehler solltest Du vermeiden, wenn Deine Website Dir Kunden bringen soll, statt nur Geld zu kosten.

Geh sie in Ruhe durch und prüf für Dich, wo Du stehst. Oft reicht schon ein einziger dieser Fehler, damit die ganze Website ins Leere läuft.

Deine Website sagt nicht klar, für wen Du da bist und welches Problem Du löst.

Viele Websites zählen alles auf, was der Betrieb kann. „Wir bieten Ihnen alles aus einer Hand.“ „Qualität seit 1987.“ „Ihr kompetenter Partner.“

Das klingt ordentlich, sagt aber nichts. Und Deine Mitbewerber schreiben dasselbe.

Wer alles für jeden anbietet, wird von niemandem gezielt gewählt.

Ein Besucher entscheidet in wenigen Sekunden, ob er bleibt. In dieser Zeit muss er drei Dinge verstehen:

1. Bin ich hier richtig?
2. Löst dieser Betrieb mein Problem?
3. Was soll ich jetzt tun?

Fehlt die Antwort, klickt er zurück und landet beim nächsten Suchergebnis.

SO KLINGT ES OFT

„Ihr kompetenter Partner für Zahngesundheit in der Region.“

SO WIRD ES KLAR

„Zahnarztpraxis in Koblenz für Angstpatienten – mit Zeit für Ihre Fragen und Terminen auch am Abend.“

Dazu kommt: Auch Google und die KI brauchen Klarheit. Eine KI empfiehlt einen Betrieb nur, wenn sie versteht, wofür er steht. Bei einer Website, die alles ein bisschen sagt, versteht sie am Ende gar nichts.

An dieser Klarheit entscheidet sich, ob aus einem Besucher eine Anfrage wird.

Der nächste Fehler hängt direkt damit zusammen ...

Deine Website verkauft Merkmale statt Wert – und zieht deshalb Preisvergleicher an.

Viele Inhaber sind zu Recht stolz auf ihre Arbeit. Deshalb steht auf der Website, was sie alles anbieten, welche Geräte sie haben und seit wann es den Betrieb gibt.

Der Kunde sucht aber etwas anderes. Er will wissen, **was sich für ihn ändert**.

Hier zwei Wege, ein und dasselbe Angebot zu beschreiben – am Beispiel eines Kosmetikstudios:

Variante 1: „Merkmale“

Gesichtsbehandlungen, Microneedling, Wimpernlifting, Maniküre. Moderne Geräte, hochwertige Produkte. Preise auf Anfrage.

Die Kundin denkt:

„Klingt wie überall. Mal schauen, wo es günstiger ist.“

Variante 2: „Wert“

Endlich wieder wohlfühlen in Ihrer Haut. Wir nehmen uns zuerst Zeit für eine Hautanalyse und sagen Ihnen offen, welche Behandlung Ihnen wirklich etwas bringt.

Die Kundin denkt:

„Genau so jemanden suche ich. Wann ist ein Termin frei?“

Beide Studios bieten dasselbe an, aber nur eines wird über den Preis verglichen.

Was Kunden zu zahlen bereit sind, hängt davon ab, welchen Wert sie in Deinem Angebot sehen.

Kunden, die den Wert verstehen, verhandeln weniger und kommen wieder. Und sie empfehlen Dich weiter, ohne dass Du darum bitten musst.

Bleibt die Frage, wie diese Kunden überhaupt auf Deine Seite kommen. Das ist Fehler #3

...

Man findet Dich nicht – weder bei Google noch in KI-Suchen.

Die schönste Website bringt nichts, wenn sie niemand sieht. Die meisten Kunden suchen so: „**Leistung + Ort**“. „Steuerberater Koblenz“. „Zahnarzt Bonn“. „Physiotherapie in der Nähe“.

Wer dort nicht weit oben steht, existiert für diese Kunden nicht. Und darüber entscheidet nicht nur die Website selbst, sondern auch Dein **Google-Unternehmensprofil**, Deine Bewertungen und die Technik unter der Haube.

Jetzt kommt die KI dazu. ChatGPT und Co. empfehlen Betriebe auf Grundlage dessen, was sie im Netz über Dich finden. Finden sie nichts Klares, nennen sie Dich nicht.

Ein Beispiel, das Dir zeigt, wie gezielte Ansprache funktioniert:

Du liest gerade diese Zeilen, weil ich gezielt Inhaber anspreche, deren Betrieb online mehr leisten könnte.

Dass Du noch weiterliest, heißt: Das Thema ist für Dich relevant. So muss auch Deine Website Deine Kunden erreichen: dort, wo sie suchen, und mit einer Botschaft, die zu ihnen passt.

Im Konzern

- Eigenes Team für Google-Sichtbarkeit
- KI-Sichtbarkeit wird gezielt aufgebaut
- Jede Anfrage wird gemessen
- Die Website wird laufend verbessert

Im typischen Betrieb

- Website läuft „irgendwie nebenher“
- Die KI weiß wenig bis nichts über Dich
- Keine Zahlen, nur Bauchgefühl
- Einmal gebaut, dann vergessen

Dafür braucht es kein Konzernbudget. Nur jemanden, der sich damit auskennt.

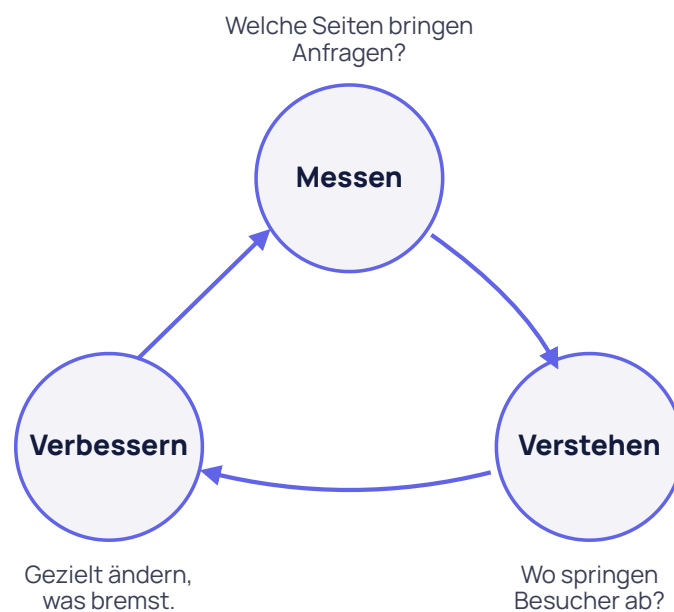
Deine Website ist ein einmaliges Projekt statt ein System – niemand misst, was sie bringt.

So läuft es in vielen Betrieben: Die Website wird gebaut, geht online, und dann passiert jahrelang nichts.

Niemand weiß, wie viele Menschen die Seite besuchen, woher sie kommen und vor allem, wie viele davon anrufen oder einen Termin buchen.

Ohne diese Zahlen ist jede Entscheidung Bauchgefühl. Ob sich mehr Werbung lohnt oder eher neue Fotos, kann keiner sagen.

Was man nicht misst, kann man nicht verbessern.



Messen geht heute **datenschutzkonform**, und Du musst dafür keine Statistiken wälzen. Du bekommst eine einfache Übersicht: So viele Anfragen kamen diesen Monat über die Website – und von hier kamen sie.

Wenn das steht, wird aus der Website ein System, das Monat für Monat besser wird, statt langsam zu veralten.

Warum arbeiten trotzdem so wenige Betriebe so? Das liegt am letzten Fehler, und der ist der gefährlichste ...

Du hältst den Zustand für normal: „Bei uns läuft das halt über Empfehlung.“

Das ist der gefährlichste Fehler, weil er sich nicht wie ein Fehler anfühlt.

Empfehlungen sind das beste Zeichen dafür, dass Du gute Arbeit machst. Sie haben nur zwei Haken:

1

Du kannst sie nicht steuern. Wenn es ruhig wird, kannst Du nicht einfach „mehr Empfehlungen“ bestellen.

2

Auch Empfohlene schauen vorher nach. Auf Deine Website, bei Google, in die Bewertungen. Passt der Eindruck dort nicht zu Deinem Ruf, geht die Empfehlung ins Leere.

Viele Inhaber haben sich damit arrangiert, weil sie keinen Betrieb kennen, bei dem es anders läuft. Dass die Website selbst Kunden bringen kann, halten sie für ein Werbeversprechen.

Dabei geht es um Kunden, die schon wissen, was sie wollen, nicht feilschen und von sich aus anfragen, weil sie Dich gefunden haben und überzeugt sind.

Es kann anders laufen. Und es ist weniger Aufwand, als die meisten denken.

Und an dieser Stelle komme ich ins Spiel.



Was passiert, wenn Du nichts änderst?

Kurzfristig wahrscheinlich nichts, Dein Betrieb läuft ja weiter. Das ist das Tückische daran. Mittelfristig verschiebt sich aber einiges:

- Deine Mitbewerber modernisieren ihren Auftritt und stehen bei Google und in KI-Antworten **vor Dir**.
- Die Kunden, die Dich über Empfehlung kennen, werden älter. Die nächste Generation sucht zuerst online – **immer öfter per KI**.
- Portale und Anzeigen werden teurer. Du zahlst für Kunden, die eigentlich **direkt zu Dir** kommen könnten.
- Auch **Bewerber** schauen sich Deine Website an, bevor sie sich melden – oder eben nicht.

**Eine Website, die nicht arbeitet, kostet mehr als ihre Rechnung:
nämlich die Kunden, die stattdessen woanders anfragen.**

So kann es stattdessen aussehen

Heute: Website als Visitenkarte	Morgen: Website als bester Vertriebsmitarbeiter
Kunden kommen über Zufall und Empfehlung	Kunden finden Dich planbar über Google und KI-Suchen
Niemand weiß, was die Website bringt	Du siehst jeden Monat, wie viele Anfragen kommen
Anfragen von Preisvergleichern	Anfragen von Kunden, die den Wert sehen
Abhängig von Portalen und Provisionen	Eigene Kunden , direkt bei Dir
Den Link verschickt man ungern	Du zeigst Deine Website gern her

Die Lösung aus der Vogelperspektive: die Wirkungs-Methode

Damit Deine Website zu Deinem besten Vertriebsmitarbeiter wird, arbeite ich in fünf festen Schritten. Jeder davon setzt an einem der Fehler aus diesem Report an.

- 1 Analyse & Strategie**
Wo stehst Du, wo stehen Deine Mitbewerber, und wonach suchen Deine Kunden wirklich?
- 2 Positionierung & Texte** löst Fehler #1 und #2
Eine klare Botschaft, die zeigt, für wen Du da bist und welchen Wert Du bietest.
- 3 Premium-Design & Umsetzung**
Hochwertig, schnell und auf jedem Smartphone so, wie es sein soll.
- 4 Sichtbarkeit** löst Fehler #3
Technisches SEO, Google-Unternehmensprofil und Optimierung für KI-Suchen.
- 5 Tracking, Launch & Optimierung** löst Fehler #4
Datenschutzkonformes Anfragen-Tracking und danach gezielte Verbesserung.

ca. 6 Wochen

bis Deine neue Website online ist

3–4 Stunden

Dein Aufwand:
Kickoff, Feedback,
Freigabe

Aus einer Hand

Design, Texte,
Technik und
Sichtbarkeit

2 Arbeitstage

bis Du eine Rückmeldung auf Deine Anfrage hast

Wie genau das für Deinen Betrieb aussieht, klären wir am besten im persönlichen Gespräch.

Ein Beispiel aus der Praxis



Überzeug Dich selbst:

trattoria-koblenz.de

WEBDESIGN · RESTAURANT · KOBLENZ

Trattoria da Raffaele

AUSGANGSSITUATION

Die Trattoria da Raffaele in Koblenz brauchte eine Website, die das Restaurant vorstellt.

ZIEL

Gäste sollen ihren Besuch schnell planen können – ohne lange suchen oder nachfragen zu müssen.

ERGEBNIS

Speisekarte, Öffnungszeiten, Einblicke ins Ambiente, Anfahrt und Kontakt an einem Ort. Wer reservieren will, ist mit einem Tipp am Telefon.



Dein Betrieb könnte das nächste Beispiel in diesem Report sein.

Häufige Fragen

F Was kostet eine Website bei Dir?

Das hängt vom Umfang ab. Im Erstgespräch sehen wir, was Dein Betrieb braucht – danach weißt Du genau, womit Du rechnen kannst.

F Wie viel Zeit muss ich selbst investieren?

Rund 3 bis 4 Stunden insgesamt: ein Kickoff, Feedback zu den Entwürfen und die Freigabe. Den Rest übernehme ich.

F Wie lange dauert es, bis die neue Website online ist?

In der Regel etwa sechs Wochen. Danach begleite ich Dich weiter und optimiere die Website anhand der echten Zahlen.

F Ich habe schon eine Website. Muss alles neu?

Nicht zwingend. Im Erstgespräch schauen wir gemeinsam, was bleiben kann und was Dich Kunden kostet.

F Garantierst Du Platz 1 bei Google?

Nein. Seriös kann das niemand garantieren. Was ich Dir zusage: eine Website, die technisch sauber ist, klar kommuniziert und messbar zeigt, was sie bringt.

F Was ist „KI-Sichtbarkeit“ und brauche ich das?

Damit ist gemeint, dass ChatGPT und Co. Deinen Betrieb kennen und empfehlen. Da immer mehr Menschen so suchen, gehört es heute zu einer guten Website dazu.

F Arbeitest Du auch außerhalb Deiner Region?

Ja. Ich arbeite überregional – wo Dein Betrieb liegt, spielt keine Rolle.



Digitalwirkung

Ich zeige Dir, wie Du die Ideen aus diesem Report in Deinem Betrieb umsetzt – und über Deine Website mehr passende Kunden gewinnst ...

... und zwar in einem persönlichen **Erstgespräch** mit mir.

Ich habe mir in den nächsten Wochen Zeit freigehalten, um mit Inhabern wie Dir darüber zu sprechen. So läuft es ab:

1

Kurzes Formular

ca. 2 Minuten auf der Website – Rückmeldung innerhalb von zwei Arbeitstagen

2

Erstgespräch

ca. 30 Minuten: Du erzählst, wo Du hinwillst – ich zeige Dir, was ich bei Deinem Auftritt sehe

3

Beratungsgespräch

wir besprechen konkret, was Dein Betrieb braucht, damit die Website Kunden bringt

digitalwirkung.de/erstgespraech

oder direkt anrufen: **0171 8185590**

luciano.rizzuti@digitalwirkung.de



Es würde mich freuen, bald mit Dir zu sprechen!

Luciano Rizzuti

Luciano Rizzuti · Inhaber Digitalwirkung · digitalwirkung.de