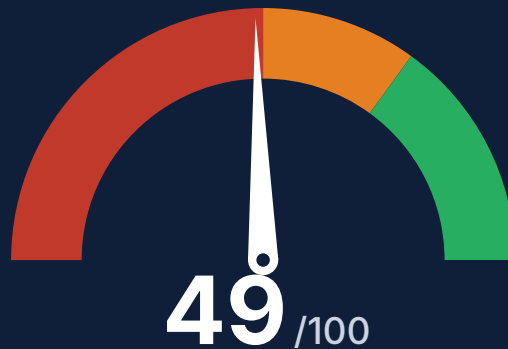


Laufwerk.cloud

AI Search Visibility Audit · laufwerk.cloud

ChatGPT und ähnliche KI-Tools verwechseln Ihre Marke noch mit allgemeinen Laufwerk-Treffern statt sie klar zuzuordnen.



UNTERDURCHSCHNITTLICH

Executive Summary

Wir haben die Website von Laufwerk.cloud darauf geprüft, ob ChatGPT und ähnliche KI-Tools Ihr Unternehmen kennen und erwähnen, wenn Leute nach Ihrem Thema fragen – über Google AI Overviews, ChatGPT, Perplexity, Gemini und Bing Copilot hinweg. Laufwerk.cloud erreicht 49/100 (Unterdurchschnittlich) für KI-Suchbereitschaft. Das Hauptmuster ist klar: Die Technik ist stark, aber Marke und Unternehmenszuordnung sind zu schwach, damit KI die Seite sicher als eigenständige Firma erkennt. Der größte Hebel liegt darin, die Marke unmissverständlich zu verankern und eine klare Unternehmensmarkierung auf der Startseite zu ergänzen. Wenn das sitzt, nennen KI-Tools eher Laufwerk.cloud statt generischer Laufwerk-Treffer oder anderer Anbieter – und Ihre Sichtbarkeit verschiebt sich von Verwechslung zu eindeutiger Erwähnung.

Geschäftsauswirkung: Solange das ungelöst bleibt, nennen KI-Assistenten eher generische Anbieter oder andere Firmen; die Behebung schiebt die Erwähnungen klar zurück zu Ihrer Marke.

Top-Prioritäten

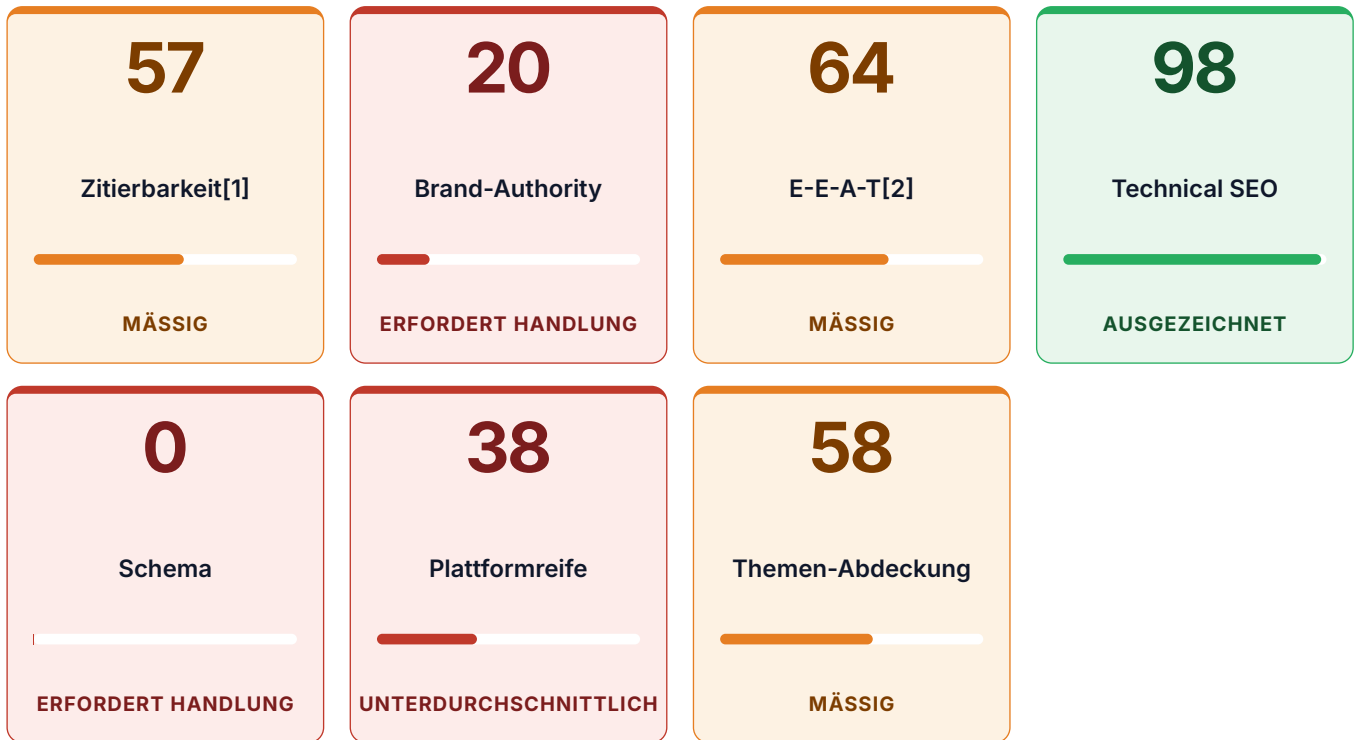
- 1 Füge eine echte Unternehmens-Markierung auf der Startseite hinzu
- 2 Mache die Markenidentität auf externen Profilen eindeutiger
- 3 Entschärfe generische Laufwerk-Verwechslungen in Suche und KI

Wichtigstes Ergebnis: KI-Tools können Laufwerk.cloud derzeit nicht sicher als eigene Firma auflösen, weil eine klare Unternehmens-Markierung fehlt und der Markenname mit generischen Laufwerk-Treffern kollidiert.

Siteübersicht

Seitentitel	Laufwerk.cloud IT & Automatisierung für den Mittelstand
Meta-Beschreibung	Wir bauen Systeme, die Arbeit abnehmen und Umsatz ermöglichen. Cloud-Infrastruktur, Automatisierung und Softwareentwicklung aus Reutlingen.
Marke / Entität	Laufwerk.cloud
Geschäftstyp	Agentur / Beratung
Seiten gefunden	15

Kategorieaufschlüsselung



Bewertungsbänder auf einen Blick

Jede bewertete Dimension mit ihrem kundenorientierten Band-Label.

Dimension	Punktzahl	Band
Zitierbarkeit[1]	57	MÄSSIG
Brand-Authority	20	ERFORDERT HANDLUNG
E-E-A-T[2]	64	MÄSSIG
Technical SEO	98	AUSGEZEICHNET
Schema	0	ERFORDERT HANDLUNG
Plattformreife	38	UNTERDURCHSCHNITTLICH
Themen-Abdeckung	58	MÄSSIG

KI-Sichtbarkeit[3]-Dashboard

Plattform	Bewertung	Stärke	Wichtigste Lücke	Prioritätsmaßnahme
Google AI Overviews	40	SCHWACH	Keine Marken- und Inhalts-Signale auf der Seite machen es schwer, Vertrauen und Relevanz sofort zu erkennen.	Füge einen klaren Seitenkopf, Organisation[4]- und Artikel[5]-Markierung sowie eine FAQ-Seite mit den wichtigsten Fragen hinzu.
ChatGPT	58	MITTEL	Es fehlen saubere Quellen- und	Ergänze Organisation[4]- und

Plattform	Bewertung	Stärke	Wichtigste Lücke	Prioritätsmaßnahme
			Unternehmenssignale, damit ChatGPT die Marke zuverlässig einordnet und zitiert.	Artikel[5]-Markierung mit verlässlichen Referenzlinks zu den wichtigsten Profilen der Marke.
Perplexity	45	SCHWACH	Die Seite liefert zu wenig klare, zitierfähige Unternehmenssignale, obwohl die Marke genannt wird.	Baue eine ausführliche „Was macht Laufwerk.cloud?“-Seite mit klaren Fakten, Quellen und Referenzlinks auf.
Google Gemini	40	SCHWACH	Ohne Marken- und Seitenmarkierung kann Gemini die Firma schwer sauber dem richtigen Unternehmensprofil zuordnen.	Ergänze Organisation[4]-Markierung mit Referenzlinks zu den wichtigsten Profilen und mache die zentrale Botschaft der Seite eindeutiger.
Bing Copilot	34	SCHWACH	Es fehlen markierte Inhalte und frische Suchsignale, damit Bing Copilot die Seite stabil bevorzugt.	Implementiere frische Index-Hinweise und füge Organisation[4]- und Artikel[5]-Markierung auf den wichtigsten Seiten hinzu.

KI-Crawler-Zugriff

User-Agent	Plattform	Status	Auswirkung	Empfehlung
GoogLebot	Google Suche + KI-Überblick	KEINE DIREKTIVE	Google kann Ihre Inhalte sowohl für die klassische Suche als auch für AI Overviews indexieren.	GoogLebot erlaubt lassen; prüfen, ob die Search Console saubere Abdeckung anzeigt.
GPTBot[6]	ChatGPT (OpenAI)	ERLAUBT	ChatGPT kann Ihre Inhalte als Zitatquelle für begründete Antworten indexieren.	Halten Sie GPTBot[6] erlaubt und stellen Sie Frische-Signale über lastmod / Sitemap-Pings bereit.
Bingbot[7]	Bing + Copilot + ChatGPT Search	KEINE DIREKTIVE	Bing, Bing Copilot und ChatGPT Search können Ihre	Halten Sie Bingbot[7] erlaubt; erwägen Sie IndexNow für

User-Agent	Plattform	Status	Auswirkung	Empfehlung
			Inhalte sehen und zitieren.	schnellere Frische-Verbreitung.
PerplexityBot[8]	Perplexity	ERLAUBT	Perplexity kann Ihre Inhalte direkt in Antworten crawlen, zitieren und verlinken.	PerplexityBot[8] erlaubt lassen; mit Markenpräsenz auf Reddit und Wikipedia verstärken.
Google-Extended[9]	Google Gemini (Training)	ERLAUBT	Gemini kann Ihre Inhalte zum Training nutzen und thereby die langfristige Entitätserkennung[10] stärken.	Google-Extended[9] erlaubt lassen; mit sameAs[11]-Schema für Entity-Graph-Verstärkung kombinieren.
ClaudeBot[12]	Anthropic Claude	ERLAUBT	Claude kann Ihre Inhalte beim Beantworten von Nutzerfragen lesen und referenzieren.	Halten Sie ClaudeBot[12] erlaubt; sorgen Sie für eine semantische Struktur (Überschriften, FAQ-Schema[13]) für eine saubere Extraktion.
Applebot[14]-Extended	Apple Intelligence	ERLAUBT	Apple Intelligence kann Ihre Inhalte für das Training von Siri und On-Device-KI-Funktionen verwenden.	Behalten Sie Applebot[14]-Extended in der Erlaubnisliste; dieses Signal gewinnt an Gewicht, wenn Apple Intelligence ausgerollt wird.

Brand-Authority

20

Punktzahl

ERFORDERT HANDLUNG

Markenautorität – Ergebnisse

CRIT Markenidentität über Plattformen uneindeutig

Die Suche nach „laufwerk“ wird von generischen Treffern zu Computer-Laufwerken dominiert: Amazon, MediaMarkt, ein Wikipedia-Artikel zu virtuellen Laufwerken, YouTube-Aussprachevideos und Reddit-PC-Hilfe. Zusätzlich zeigen LinkedIn-Treffer „laufwerk.it GmbH“, nicht eindeutig Laufwerk.cloud. Der bestätigte Wikidata-Eintrag Q139676398 hilft, aber es fehlen Wikipedia, Google-Unternehmensbox und bestätigte Profil-Links von der Website.

Auswirkung: Wenn ChatGPT und ähnliche KI-Tools die Marke nicht eindeutig von generischen Laufwerk-Inhalten trennen können, nennen sie eher Ratgeber, Händler oder eine andere Firma statt Laufwerk.cloud.

Lösung: Verknüpfen Sie Website, Wikidata, LinkedIn, YouTube und weitere offizielle Profile konsequent mit exakt gleicher Schreibweise „Laufwerk.cloud“ und einer klaren Unternehmensbeschreibung.

CRIT Website gibt keine maschinenlesbare Unternehmensidentität aus

Die geprüfte Website liefert zwar den Namen „Laufwerk.cloud“ aus dem Seitentitel, aber keine versteckten Unternehmens-Tags, die Name, Website, Logo, Standort, Branche und offizielle Profile für Suchmaschinen und KI eindeutig erklären. Auch bestätigte externe Profil-Verknüpfungen wurden nicht gefunden.

Auswirkung: Ohne diese eindeutige Identitätskarte auf der eigenen Website müssen KI-Tools aus uneinheitlichen Fremdtreffern raten, welches Unternehmen gemeint ist.

Lösung: Fügen Sie versteckte Unternehmens-Tags mit Name, offizieller Website, Logo, Standort, Gründungsdaten und Links zu allen verifizierten Profilen ein.

CRIT Wikidata vorhanden, aber ohne Wikipedia-Anker

Ein Wikidata-Eintrag ist bestätigt: Q139676398, „Laufwerk.Cloud“, IT-Dienstleister aus Pfullingen, mit passender offizieller Website. Gleichzeitig gibt es keine verknüpfte Wikipedia-Sprachseite und keine Google-Unternehmensbox, die diese Identität zusätzlich stützt.

Auswirkung: Der Wikidata-Eintrag ist ein guter Anfang, reicht allein aber oft nicht aus, damit KI-Tools die Marke zuverlässig als relevante Quelle für IT-Dienstleistungen nennen.

Lösung: Ergänzen Sie den Wikidata-Eintrag mit belastbaren Quellen und erstellen Sie nur bei ausreichenden unabhängigen Belegen einen neutralen Wikipedia-Artikel[5].

WARN News-Treffer erwähnen nicht die Marke

Die zehn gelieferten News-Treffer stammen zwar aus aktuellen Quellen wie PCGH, Autodesk, Computer Bild, Golem.de und ComputerBase, handeln aber von Hardware-Laufwerken, Windows-Problemen oder Gaming-Themen statt von Laufwerk.cloud als Agentur oder IT-Dienstleister.

Auswirkung: Ohne echte Presse- und Branchenberichte fehlt ein starkes Vertrauenssignal, das KI-Tools bei Empfehlungen gegenüber Wettbewerbern berücksichtigen können.

Lösung: Starten Sie gezielte Branchen-PR mit Fallstudien, Gründerprofil, Kundenprojekten und regionalen IT-Themen, die ausdrücklich „Laufwerk.cloud“ nennen.

WARN YouTube- und Reddit-Treffer sind generisch statt markenbezogen

Die Plattform-Suchen liefern je fünf Treffer, aber die sichtbaren Beispiele beziehen sich auf die Bedeutung oder Nutzung von „Laufwerk“: YouTube zeigt Aussprache- und Hardwarevideos, Reddit zeigt PC-Hilfe und Cloud-Speicherfragen. Das bestätigt Aktivität rund um das Wort, aber kaum belastbare Erwähnungen von Laufwerk.cloud.

Auswirkung: KI-Tools können diese Plattformsignale missverstehen und die Marke mit allgemeinen Computer-Laufwerken statt mit Ihren Leistungen verbinden.

Lösung: Bauen Sie einen offiziellen YouTube-Kanal und fachliche Reddit-Erwähnungen auf, die Laufwerk.cloud klar als IT-Dienstleister positionieren.

WARN LinkedIn-Signal zeigt eine andere Schreibweise

Die LinkedIn-Suche findet fünf Treffer, die sichtbaren Beispiele nennen jedoch „laufwerk.it GmbH“ und einen LinkedIn-Beitrag, nicht eindeutig die geprüfte Marke Laufwerk.cloud. Eine klare, von der Website verlinkte Unternehmensseite für Laufwerk.cloud ist in den gelieferten Daten nicht sichtbar.

Auswirkung: Uneinheitliche LinkedIn-Namen schwächen das Vertrauen, dass professionelle Erwähnungen wirklich zu Laufwerk.cloud gehören.

Lösung: Erstellen oder vereinheitlichen Sie die LinkedIn-Unternehmensseite als „Laufwerk.cloud“ und verlinken Sie sie sichtbar von der Website und aus Wikidata.

Wikidata-Beleg

Wikidata-Q-Eintrag[15]

[Q139676398](https://www.wikidata.org/wiki/Q139676398)

Bezeichnung	Laufwerk.Cloud
Beschreibung	IT services company from Pfullingen, Germany
Instanz von	Q1058914
Wikipedia-Sprachversionen	0
Offizielle Website (P856)	https://laufwerk.cloud (stimmt mit geprüfter Domain überein)
Übereinstimmungssicherheit	mittel (Name + Domain)

Wettbewerbsfähiger Stimmenanteil[22]

Marke	Laufwerk.cloud
Unser Stimmenanteil[22]	0

Wettbewerber-Stimmenanteil[22]

Wettbewerber	Anteil	Zitate
reddit.com	75	0
cloudmounter.net	50	0
centrestack.com	25	0
computerwoche.de	25	0
dokumen.pub	25	0

Wettbewerbs-Stimmenanteil[22] -- Ergebnisse

CRIT Brand query is effectively invisible in search results

Laufwerk.cloud appears in 0% of the measured queries, and it does not rank in the top 10 on any of them. By contrast, reddit.com appears in 75% of the query set and cloudmounter.net in 50%, showing that other sources are capturing the attention around this brand and its topic.

Auswirkung: Branded demand is being lost before prospects ever reach your site, which also makes it harder for ChatGPT and similar tools to connect the brand name with a clear company answer.

Lösung: Publish a clear brand overview page that explains what Laufwerk.cloud is, then reinforce it with consistent company profiles and reference links so search and AI systems can resolve the name correctly.

CRIT No answer for 'Was ist Laufwerk.cloud?'

For the query 'Was ist Laufwerk.cloud?', Laufwerk.cloud is absent, while cloudmounter.net is the top result. That pattern matches the overall 0% site presence across the measured set, so the most basic brand question is being answered by another company.

Auswirkung: When people ask what your company is, they are being routed to a competitor, which weakens trust and removes the chance to shape the first explanation of your agency.

Lösung: Create a concise brand explainer page with a short, direct opening paragraph and Organization markup so search engines and AI tools can pull a clean definition from your site.

CRIT No answer for 'Was macht Laufwerk.cloud genau?'

For the query 'Was macht Laufwerk.cloud genau?', Laufwerk.cloud is absent again, and cloudmounter.net holds the top spot. Across the full test set, the brand still shows 0% presence, so even the service explanation query is being handled elsewhere.

Auswirkung: If prospects cannot quickly understand your services, they are less likely to request a call, and AI tools are less likely to cite your site when summarizing what you do.

Lösung: Write a service page that states your offer in plain language, then add Service[23] and Organization markup so machines can lift the description without guessing.

CRIT Comparison intent is captured by competitors

For 'Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch', Laufwerk.cloud is absent and reddit.com is the top result. The broader sample still shows 0% brand presence, so the comparison intent is being satisfied by a third party instead of your own page.

Auswirkung: You are losing high-intent visitors who are already weighing alternatives, which also creates brand-confusion risk when outside discussions become the default source.

Lösung: Publish a direct comparison page that explains when to choose Laufwerk.cloud versus Klenk & Hoursch, using a clear side-by-side structure and Article markup.

CRIT Agency-selection query is owned by other authorities

For 'Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?', Laufwerk.cloud is absent, while moeller-horcher.de is the top result. With the brand at 0% across the set, your agency is not part of the shortlist when buyers compare providers.

Auswirkung: This means lost lead capture in a commercial research moment, and it makes it harder for AI tools to include your agency when users ask for recommendations.

Lösung: Build a German B2B agency positioning page with proof points, case studies, and Organization markup so your site can be pulled into recommendation-style answers.

AI-Zitierbarkeit[1] – Erkenntnisse

CRIT Ergänzen Sie eine klare Definition direkt im Einstieg

Der Einstieg sagt „Wir bauen Systeme, die Arbeit abnehmen und Umsatz ermöglichen“, erklärt aber nicht sofort, dass Laufwerk.cloud eine IT-Agentur aus Reutlingen für kleine und mittelständische Unternehmen ist.

Auswirkung: Ohne klare Definition im ersten Abschnitt überspringen KI-Assistenten die Startseite leichter zugunsten von Wettbewerbern, die sofort sagen, wer sie sind und für wen sie arbeiten.

Lösung: Beginnen Sie den Einstieg mit „Laufwerk.cloud ist ...“ und nennen Sie Standort, Zielgruppe, vier Leistungsfelder und einen konkreten Preis- oder Reaktionszeitwert.

WARN Machen Sie Leistungsabschnitte eigenständig zitierbar

Abschnitte wie „Webentwicklung & Strategie“ oder „Hosting & Support“ starten mit kurzen Nutzenversprechen, aber ohne vollständigen Satz, Zielgruppe, Ort und konkrete Leistungsgrenze.

Auswirkung: Wenn einzelne Leistungsblöcke nicht allein verständlich sind, kann eine KI daraus schwer eine saubere Antwort direkt von Ihrer Seite ziehen.

Lösung: Schreiben Sie unter jeden Leistungsbereich einen 50–80 Wörter langen Absatz, der mit dem Leistungsnamen beginnt und Zielgruppe, Ergebnis, Tools und messbare Zusage nennt.

WARN**Fügen Sie mehr belegbare Zahlen und Ergebnisse hinzu**

Die Seite nennt Preise ab 1.500 €, 149 €/Monat, 269 € und eine Reaktionszeit unter 4 Stunden, bleibt bei Ergebnissen wie „weniger manuelle Arbeit“ und „niedrigere Betriebskosten“ aber allgemein.

Auswirkung: Konkrete Zahlen erhöhen die Chance, dass ChatGPT und ähnliche KI-Tools Ihr Unternehmen kennen und erwähnen, wenn Leute nach IT-Partnern in der Region fragen.

Lösung: Ergänzen Sie pro Leistungsbereich mindestens zwei überprüfbare Zahlen, etwa typische Projektlaufzeit, Einsparstunden, Antwortzeit, Verfügbarkeit oder Anzahl betreuter Systeme.

WARN**Entfernen Sie doppelte Überschriften und Karteninhalte**

Im Bereich „Ergebnisse“ erscheinen Überschriften wie „Weniger manuelle Arbeit“ und „Niedrigere Betriebskosten“ jeweils doppelt, und auch die Problemkarten sind im Text wiederholt.

Auswirkung: Doppelte Textblöcke erschweren es KI-Systemen, den besten Abschnitt auszuwählen, und können die Seite weniger zuverlässig wirken lassen.

Lösung: Bereinigen Sie wiederholte Überschriften und Karteninhalte, sodass jede Aussage genau einmal mit einem kurzen erklärenden Absatz erscheint.

INFO**Kennzeichnen Sie die bevorzugte Seitenadresse**

Die technische Prüfung fand keinen Hinweis, welche Version der Startseite die Hauptversion ist, obwohl Varianten mit Parametern oder Tracking-Anhängen entstehen können.

Auswirkung: Wenn mehrere Adressvarianten gleichwertig erscheinen, können Such- und KI-Systeme unsicher werden, welche Seite als Quelle für Antworten dienen soll.

Lösung: Hinterlegen Sie im Seitenkopf einen Hinweis auf die bevorzugte vollständige Seitenadresse der Startseite.

INFO**Setzen Sie die Seitensprache eindeutig auf Deutsch**

Die technische Prüfung fand keine klare Sprachangabe für die Seite, obwohl der Inhalt deutsch ist und regionale Suchanfragen in Reutlingen, Tübingen und Stuttgart bedient.

Auswirkung: Eine fehlende Sprachangabe kann dazu führen, dass KI-Assistenten die Seite in deutschsprachigen Antworten seltener oder unsicherer verwenden.

Lösung: Setzen Sie im Grundgerüst der Seite die Sprache auf Deutsch, damit Suchmaschinen, KI-Systeme und Screenreader den Inhalt eindeutig einordnen.

E-E-A-T[2] -- Erkenntnisse

CRIT**Markenidentität über externe Plattformen eindeutiger machen**

Die Marke kollidiert stark mit generischen Laufwerk-Treffern und ähnlichen Firmennamen; die gelieferten Daten zeigen nur einen bestätigten Wikidata-Eintrag, aber keinen robusten Anker über weitere Referenzprofile. Dadurch kann KI die Firma leicht mit anderen Treffern verwechseln.

Auswirkung: Wenn ChatGPT und ähnliche KI-Tools Ihre Marke nicht eindeutig erkennen, nennen sie eher das generische Thema oder ein anderes Unternehmen statt Laufwerk.cloud.

Lösung: Verknüpfen Sie Website, Wikidata und alle offiziellen Profile mit exakt derselben Schreibweise und einer klaren Unternehmensbeschreibung.

CRIT**Füge eine maschinenlesbare Unternehmensidentität auf der Website hinzu**

Auf der Seite ist der Firmenname sichtbar, aber es fehlt ein klarer maschinenlesbarer Unternehmensblock mit Name, Logo, Standort, Rolle und offiziellen Profilen. Ohne diese eindeutige Karte müssen Such- und KI-Systeme die Marke aus verstreuten Hinweisen zusammensetzen.

Auswirkung: Ohne klare Identitätsangaben auf der eigenen Website müssen KI-Tools raten, welches Unternehmen gemeint ist, und ordnen Ihre Inhalte leichter falsch zu.

Lösung: Ergänzen Sie auf der Website einen klaren Unternehmensblock mit Name, Logo, Adresse, Kontakt, Branche und Links zu allen verifizierten Profilen.

CRIT Stütze die Marke mit weiteren unabhängigen Referenzen

Der bestätigte Wikidata-Eintrag hilft, aber es fehlt ein zusätzlicher belastbarer Anker wie ein neutraler Wikipedia-Eintrag oder andere starke Referenzen. Die vorhandenen Social- und News-Treffer wirken teils generisch oder nennen andere Schreibweisen.

Auswirkung: Mit nur einem starken Referenzpunkt ist es für KI-Systeme schwieriger, Laufwerk.cloud zuverlässig als relevante IT-Agentur zu nennen.

Lösung: Ergänzen Sie Wikidata mit belastbaren Quellen und bauen Sie nur bei genügend unabhängigen Belegen weitere neutrale Referenzen auf.

WARN Sammle echte Erwähnungen von Laufwerk.cloud in Fachmedien

Die gelieferten News-Treffer drehen sich überwiegend um allgemeine Laufwerk-Themen, Hardware oder Windows-Probleme und nicht um Laufwerk.cloud als Agentur. Das ist Sichtbarkeit rund um das Wort, aber kaum Reputation für die Marke selbst.

Auswirkung: Ohne echte Presseberichte fehlt KI-Tools ein starkes Signal, dass Laufwerk.cloud eine vertrauenswürdige Quelle für IT-Dienstleistungen ist.

Lösung: Starten Sie gezielte Fach- und Regional-PR mit Fallstudien, Gründerprofil und Kundenprojekten, die die Marke ausdrücklich nennen.

WARN Vereinheitliche die Markenschreibweise auf LinkedIn und anderen Profilen

Die sichtbaren LinkedIn-Beispiele zeigen eine andere Schreibweise als die geprüfte Marke, und die Zuordnung wirkt dadurch uneinheitlich. Das schwächt die Verlässlichkeit der Profilsignale für KI-Systeme.

Auswirkung: Uneinheitliche Profilnamen erschweren es KI-Tools, professionelle Erwähnungen eindeutig Laufwerk.cloud zuzuordnen.

Lösung: Benennen Sie die Unternehmensprofile einheitlich als Laufwerk.cloud und verlinken Sie sie sichtbar von Website und Referenzprofilen aus.

Plattformreife – Ergebnisse

CRIT Markenname kollidiert stark mit generischen Laufwerk-Treffern

Der Name wird von allgemeinen Suchtreffern zu Speicherlaufwerken, Handelsseiten und einem anderen Unternehmen mit ähnlicher Schreibweise überlagert. In den gelieferten Daten ist die Marke nur über einen Wikidata-Eintrag eindeutig greifbar; gleichzeitig fehlt ein Wikipedia-Anker und die Marke hat nur einen sehr kleinen Anteil an sichtbaren Erwähnungen.

Auswirkung: Wenn KI-Tools die Marke nicht eindeutig auflösen können, nennen sie eher das allgemeine Thema oder einen anderen Anbieter statt Laufwerk.cloud.

Lösung: Ergänzen Sie konsistente Verweise auf Website, Wikidata, LinkedIn, YouTube und weitere offizielle Profile mit exakt gleicher Schreibweise und klarer Unternehmensbeschreibung.

CRIT Die Website liefert keine maschinenlesbare Unternehmensidentität

Auf der Seite wurde kein Block mit Unternehmens- oder Personeninformationen gefunden, der Name, Website, Logo, Standort, Branche und offizielle Profile klar erklärt. Damit fehlt eine eindeutige Identitätskarte direkt auf der eigenen Domain.

Auswirkung: Ohne diese eindeutige Identitätskarte müssen KI-Tools aus Fremdtreffern raten, welches Unternehmen gemeint ist.

Lösung: Fügen Sie einen vollständigen Unternehmensblock mit Name, offizieller Website, Logo, Standort, Gründungsdaten und verifizierten Profilen ein.

CRIT ChatGPT hat keinen stabilen Entitätsanker über Wikipedia und gleiche Verweise

Es gibt keinen belastbaren Wikipedia-Anker, nur einen bestätigten Wikidata-Eintrag mit einem einzigen gleichen Verweis. Für ChatGPT ist das zu schmal, zumal die Marke zusätzlich mit einem anderen LinkedIn-Namen und generischen Treffern konkurriert.

Auswirkung: Wenn der Entitätsanker zu schwach ist, kann ChatGPT die Marke nicht zuverlässig als Quelle für IT-Dienstleistungen einsetzen.

Lösung: Erweitern Sie den gleichen Verweis-Satz um belastbare Profile und schaffen Sie nur bei ausreichenden unabhängigen Belegen einen neutralen Wikipedia-Artikel[5].

WARN **Es fehlen markenbezogene Presse- und Branchensignale**

Die gelieferten News-Treffer drehen sich um Laufwerke, Windows und Gaming, nicht um Laufwerk.cloud als Agentur oder IT-Dienstleister. Das heißt: Es gibt zwar Suchaktivität rund um das Wort, aber kaum verwertbare Erwähnungen der Marke.

Auswirkung: Ohne echte Branchenberichte fehlt KI-Tools ein starkes Vertrauenssignal für Empfehlungen gegenüber Wettbewerbern.

Lösung: Starten Sie gezielte Fach- und Regional-PR mit Fallstudien, Gründerprofil und Kundenprojekten, die Laufwerk.cloud ausdrücklich nennen.

WARN **YouTube- und Reddit-Signale sind generisch statt markenbezogen**

Die sichtbaren Treffer auf YouTube und Reddit beziehen sich auf Aussprache, Hardware und PC-Hilfe, nicht auf Laufwerk.cloud als Marke. Damit entstehen zwar Plattformsignale, aber keine saubere Zuordnung zur Firma.

Auswirkung: KI-Tools können diese Signale falsch interpretieren und die Marke mit allgemeinen Computer-Laufwerken statt mit Ihren Leistungen verbinden.

Lösung: Bauen Sie einen offiziellen YouTube-Kanal und fachliche Reddit-Erwähnungen auf, die Laufwerk.cloud klar als IT-Dienstleister positionieren.

WARN **Die Startseite beantwortet die Kernfrage nicht sofort genug**

Der Einstieg beschreibt Arbeit und Nutzen, sagt aber nicht sofort, dass Laufwerk.cloud eine IT-Agentur aus Reutlingen für KMU ist. Die bestehende Definition ist zwar vorhanden, kommt aber nicht früh genug und nicht in allen Bereichen gleich stark vor.

Auswirkung: Ohne sofortige Einordnung springen KI-Assistenten leichter zu Wettbewerbern, die klarer sagen, wer sie sind und für wen sie arbeiten.

Lösung: Beginnen Sie den Einstieg mit einer klaren Definition der Marke, des Standorts, der Zielgruppe und der Leistungsfelder samt einem konkreten Preis- oder Reaktionszeitwert.

Dateien zugreifen

Datei	URL	Status	Größe
robots.txt[16]	https://laufwerk.cloud/robots.txt [16]	VORHANDEN	514

Datei	URL	Status	Größe
llms.txt[17]	https://laufwerk.cloud/llms.txt[17]	VORHANDEN	6205
indexnow.json	https://laufwerk.cloud/indexnow.json	FEHLER	18578
ai.txt	https://laufwerk.cloud/ai.txt	VORHANDEN	1392
.well-known/ai-plugin.json	https://laufwerk.cloud/.well-known/ai-plugin.json	FEHLER	18578

Schema-Abdeckung

Schema-Typ	Status	Warum es wichtig ist
Organization (oder Person[18] / LocalBusiness)	FEHLEND	Verankert die Entitätsauflösung für Google Knowledge Graph[19] und ChatGPT-Browse -- ohne sie können KI-Tools Fakten nicht zuverlässig Ihrem Unternehmen zuordnen.
WebSite	FEHLEND	Aktiviert Sitelinks[20]-Suchfeld und bestätigt kanonische Site-Identität gegenüber KI-Crawlern.
BreadcrumbList	FEHLEND	Hilft KI-Assistenten, die Seitenhierarchie zu beschreiben, wenn sie Ihre URLs zitieren.
FAQPage[13]	FEHLEND	Direkte KI-Overview-Zitatquelle – FAQ-Seiten mit FAQPage[13]-Markup sind das am häufigsten von KI zitierte Format.
Article	FEHLEND	Ermöglicht KI-Tools, Bylines, Daten und Überschriften beim Zusammenfassen Ihrer Inhalte präzise zu zitieren.
Product	FEHLEND	Aktiviert Preis-/Verfügbarkeits-/Bewertungsnennungen in KI-Shopping-Antworten.

Schema -- Ergebnisse

CRIT Füge eine echte Unternehmens-Markierung auf der Startseite hinzu

Auf der gesamten Website wurde kein Block für das Unternehmen selbst gefunden; es gibt weder Unternehmens-, Personen- noch Orts-Markierung in den sichtbaren Metadaten. Für eine Agentur ist das ein harter Grundfehler und lässt sich in etwa 2–8 Stunden mit einem sauberen Grundaufbau beheben und mit dem Rich-Results-Test sowie dem Schema Markup Validator prüfen.

Auswirkung: Ohne klaren Unternehmens-Eintrag kann KI die Website nicht zuverlässig als eigenständige Agentur einordnen und verwechselt Sie leichter mit anderen Anbietern.

Lösung: Fügen Sie einen sauberen Unternehmens-Block mit Name, Logo, Kontakt und Website-URL ein und verbinden Sie ihn mit den übrigen Seitenangaben.

CRIT Ergänze die fehlenden gleichen Profile für die Markenidentität

Es sind keinerlei Verweise auf Referenzplattformen vorhanden; weder Wikipedia noch Wikidata noch andere Standardprofile sind hinterlegt. Gerade bei einer Agentur sind diese Verknüpfungen wichtig, weil sie KI zeigen, welche Marke gemeint ist; das ist meist in 0,5–2 Stunden ergänzt und lässt sich danach im Validator prüfen.

Auswirkung: Ohne diese Referenzen fehlt KI eine verlässliche Zuordnung, sodass Ihr Unternehmen bei Fragen zu Ihrem Thema leichter übersehen oder mit ähnlichen Namen verwechselt wird.

Lösung: Verknüpfen Sie Ihr Unternehmen mit den wichtigsten öffentlichen Profilen, beginnend mit Wikipedia, Wikidata, LinkedIn und YouTube, sofern diese existieren.

CRIT Baue einen vollständigen Grundaufbau für Website und Seiten auf

Es wurden keine sichtbaren Metadaten für die Website-Struktur gefunden; die Seite wirkt wie ein einzelner, unverbundener Datenblock ohne klare Zuordnung zwischen Unternehmen, Website und Seite. Für die erste saubere Version ist das ein Aufbau von etwa 2–8 Stunden, der sich gut mit dem Rich-Results-Test überprüfen lässt.

Auswirkung: Ohne diesen Grundaufbau kann KI die Startseite und Ihr Unternehmen nicht sicher miteinander verknüpfen, was die Verarbeitung Ihrer Inhalte schwächt.

Lösung: Erstellen Sie einen verbundenen Grundaufbau mit Unternehmens-, Website- und Seitenangaben, die sich über eindeutige Kennungen gegenseitig referenzieren.

llms.txt[17]-Bereitschaft

Pfad	Status	Empfehlung
/llms.txt[17]	MINIMAL	Ihre /llms.txt[17] existiert, ist aber zu kurz, um KI-Assistenten nützlichen Kontext zu bieten. Erweitern Sie sie mit strukturierten Abschnitten (Docs, API, Examples, Optional).
/llms-full.txt	FEHLEND	Veröffentlichen Sie optional /llms-full.txt mit dem tatsächlichen Inhalt jeder aufgelisteten URL -- aufwändig, aber verbessert die KI-Zitier-Vollständigkeit.
llms.txt[17]-Abschnitte	FEHLEND	Keine erkennbaren Abschnittsmarker -- llms.txt[17] umstrukturieren mit `## Docs`, `## API`, `## Examples`, `## Optional` Überschriften.

Meta-Tag-Qualität – Erkenntnisse

WARN No twitter:card meta

No `<meta name="twitter:card">` tag on the homepage.

Auswirkung: X/Twitter shares of the homepage render as plain-text previews instead of a rich card with image and headline -- visibly weaker than competitors in the timeline.

Lösung: Add `<meta name="twitter:card" content="summary_large_image">` as a minimum.

WARN No canonical link tag

No `<link rel="canonical">` found in `<head>`.

Auswirkung: Without a canonical, parameter / tracking variants of the URL can be indexed as separate pages, splitting ranking signals and confusing AI crawlers about the authoritative source.

Lösung: Add `<link rel="canonical" href="<absolute URL>">` to `<head>`.

WARN Missing lang attribute on `<html>`

No `lang="..."` attribute on the `<html>` element, and no `metadata.language` set.

Auswirkung: AI assistants and screen readers cannot reliably detect the page language; risk of being filtered out of locale-specific AI answers and accessibility checks.

Lösung: Add `lang="de"` (or the correct ISO code) to the `<html>` element.

INFO Missing viewport meta

No `<meta name="viewport">` tag in `<head>`.

Auswirkung: Mobile browsers fall back to desktop-width rendering; layout breaks on phones, mobile-friendly ranking signal lost, bounce rate spikes.

Lösung: Add `<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">` to `<head>`.

INFO Missing charset declaration

No `<meta charset="...">` tag in `<head>`.

Auswirkung: Encoding ambiguity risks mojibake on umlauts / non-ASCII characters, especially in older browsers, email previews and crawler pipelines.

Lösung: Add `<meta charset="utf-8">` as the first child of `<head>`.

Erkenntnisse

INFO IndexNow für Bing-Copilot ergänzen

Auf der Website fehlt eine Bing-Sofort-Meldedatei; gemeldet wurde ausdrücklich, dass die Bing-Copilot-Anbindung fehlt. Das ist ein kleiner Zusatzaufwand von 0,5–2 Stunden und lässt sich später in den Bing Webmaster Tools prüfen.

Auswirkung: Ohne diesen Hinweis kommen neue oder geänderte Seiten langsamer in die Such- und KI-Antworten von Microsoft-Produkten.

Lösung: Lege die Bing-Sofort-Meldedatei an, reiche deine wichtigsten URLs ein und teste die Annahme in den Bing Webmaster Tools.

CRIT Füge eine echte Unternehmens-Markierung auf der Startseite hinzu

Auf der gesamten Website wurde kein Block für das Unternehmen selbst gefunden; es gibt weder Unternehmens-, Personen- noch Orts-Markierung in den sichtbaren Metadaten. Für eine Agentur ist das ein harter Grundfehler und lässt sich in etwa 2–8 Stunden mit einem sauberen Grundaufbau beheben und mit dem Rich-Results-Test sowie dem Schema Markup Validator prüfen.

Auswirkung: Ohne klaren Unternehmens-Eintrag kann KI die Website nicht zuverlässig als eigenständige Agentur einordnen und verwechselt Sie leichter mit anderen Anbietern.

Lösung: Fügen Sie einen sauberen Unternehmens-Block mit Name, Logo, Kontakt und Website-URL ein und verbinden Sie ihn mit den übrigen Seitenangaben.

CRIT Ergänze die fehlenden gleichen Profile für die Markenidentität

Es sind keinerlei Verweise auf Referenzplattformen vorhanden; weder Wikipedia noch Wikidata noch andere Standardprofile sind hinterlegt. Gerade bei einer Agentur sind diese Verknüpfungen wichtig, weil sie KI zeigen, welche Marke gemeint ist; das ist meist in 0,5–2 Stunden ergänzt und lässt sich danach im Validator prüfen.

Auswirkung: Ohne diese Referenzen fehlt KI eine verlässliche Zuordnung, sodass Ihr Unternehmen bei Fragen zu Ihrem Thema leichter übersehen oder mit ähnlichen Namen verwechselt wird.

Lösung: Verknüpfen Sie Ihr Unternehmen mit den wichtigsten öffentlichen Profilen, beginnend mit Wikipedia, Wikidata, LinkedIn und YouTube, sofern diese existieren.

CRIT Baue einen vollständigen Grundaufbau für Website und Seiten auf

Es wurden keine sichtbaren Metadaten für die Website-Struktur gefunden; die Seite wirkt wie ein einzelner, unverbundener Datenblock ohne klare Zuordnung zwischen Unternehmen, Website und Seite. Für die erste saubere Version ist das ein Aufbau von etwa 2–8 Stunden, der sich gut mit dem Rich-Results-Test überprüfen lässt.

Auswirkung: Ohne diesen Grundaufbau kann KI die Startseite und Ihr Unternehmen nicht sicher miteinander verknüpfen, was die Verarbeitung Ihrer Inhalte schwächt.

Lösung: Erstellen Sie einen verbundenen Grundaufbau mit Unternehmens-, Website- und Seitenangaben, die sich über eindeutige Kennungen gegenseitig referenzieren.

Top gecrawlte Seiten

URL	Titel	Status	HTML-Länge	Link-Anzahl
https://laufwerk.cloud/ueber-uns	Über uns Das Team hinter Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/kontakt	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/webentwicklung	Webentwicklung Reutlingen Wir bauen Websites, die Geld verdienen. Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/automatisierung	Automatisierung & KI Reutlingen n8n für KMU Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/cloud-infrastruktur	Cloud & Infrastruktur Reutlingen IT die einfach läuft Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/software-apps	Softwareentwicklung Reutlingen Web-Apps & MVPs Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-reutlingen	IT Service[23] Reutlingen Ihr lokaler IT-Partner Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-tuebingen	IT Service[23] Metzingen & Tübingen Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-stuttgart	IT-Partner Region Stuttgart Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/support	Support & Helpcenter Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/kontakt?bereiche=&	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud		0	0

URL	Titel	Status	HTML-Länge	Link-Anzahl
leistungen=&potenzial=1				
https://laufwerk.cloud/impressum	Impressum Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/datenschutz	Datenschutzerklärung Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/kontakt?potenzial=1&leistungen=&bereiche=	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud		0	0
https://laufwerk.cloud/agb	AGB Allgemeine Geschäftsbedingungen Laufwerk.cloud		0	0

Schnelle Erfolge (nächste 30 Tage)

Positioniere Laufwerk.cloud eindeutig auf der Startseite

Aufwand: low

Die Seite erreicht nur 57/100 dafür, wie einfach es für KI ist, eine saubere Antwort direkt von Ihrer Seite zu ziehen; die klare Definition steht bereits stark da, aber nicht früh genug.

Gewinne echte Fach- und Regionalberichte für Laufwerk.cloud

Aufwand: medium

Der Markenwert liegt bei 20/100, und die gefundenen News-Ergebnisse handeln von Hardware, Windows oder Gaming statt von Laufwerk.cloud.

Sammele echte KMU-Fragen für neue Seitenabschnitte

Aufwand: medium

Die Startseite beantwortet die Kernfrage noch nicht stark genug, und die klare Sofortantwort-Abdeckung liegt bei 40/100.

30 / 60 / 90-Tage-Plan

0-30d

WOCHE 1

Aktion	Wirkung	Aufwand	Plattformen
Positioniere Laufwerk.cloud eindeutig auf der Startseite	Die Seite erreicht nur 57/100 dafür, wie einfach es für KI ist, eine saubere Antwort direkt von Ihrer Seite zu ziehen; die klare Definition steht bereits stark da, aber nicht früh genug.	low	Google KI-Überblick, ChatGPT Search, Gemini

WOCHE 2

Aktion	Wirkung	Aufwand	Plattformen
Gewinne echte Fach- und Regionalberichte für Laufwerk.cloud	Der Markenwert liegt bei 20/100, und die gefundenen News-Ergebnisse handeln von Hardware, Windows oder Gaming statt von Laufwerk.cloud.	medium	ChatGPT Search, Perplexity, Bing Copilot

WOCHE 3

Aktion	Wirkung	Aufwand	Plattformen
Sammele echte KMU-Fragen für neue Seitenabschnitte	Die Startseite beantwortet die Kernfrage noch nicht stark genug, und die klare Sofortantwort-Abdeckung liegt bei 40/100.	medium	ChatGPT Search, Perplexity

WOCHE 4

—

31-60d

Aktion	Wirkung	Aufwand	Plattformen
Belege Leistungsversprechen mit Zahlen und Nachweisen	Die Seite nennt bereits Preise und Reaktionszeit, bleibt bei Ergebnissen wie weniger manueller Arbeit aber noch allgemein; die Vertrauens- und Expertise-Signale liegen nur bei 64/100 insgesamt.	medium	Google KI-Überblick, Gemini, Perplexity
Plane Inhalte rund um KMU-IT, n8n und regionale Betreuung	Die thematische Stärke liegt bei 58/100, während YouTube- und Plattfortmtreffer generisch statt markenbezogen wirken.	medium	Google KI-Überblick, Gemini, Bing Copilot

61-90d

Aktion	Wirkung	Aufwand	Plattformen
Baue markenbezogene Reddit- und Fachforum-Erwähnungen auf	Perplexity liegt bei 27/100 und die sichtbaren Reddit-Treffer beziehen sich auf PC-Hilfe oder das Wort „Laufwerk“, nicht auf die Agentur.	medium	Perplexity, ChatGPT Search

Prognostizierte Geschäftsauswirkung

Schnelle-Erfolge-Score-Verbesserung (30 Tage)	+13
Vollständiger Plan-Zielwert	72
Geschätzter monatlicher Wert (niedrig)	EUR 300
Geschätzter monatlicher Wert (hoch)	EUR 1500

Pro-Abfrage-Heatmap

Abfrage	Anbieter	Erwähnt	Position	Stimmung
Was ist Laufwerk.cloud?	openai/gpt-5.3-chat-latest	ja	--	neutral
Was ist Laufwerk.cloud?	openai/gpt-5.4-mini	ja	--	neutral
Was ist Laufwerk.cloud?	anthropic/claude-sonnet-4-6	ja	--	positive
Was ist Laufwerk.cloud?	gemini/gemini-2.5-flash	ja	--	neutral

Abfrage	Anbieter	Erwähnt	Position	Stimmung
Was ist Laufwerk.cloud?	perplexity/sonar	ja	--	neutral
Was ist Laufwerk.cloud?	deepseek/ deepseek-chat	ja	--	positive
Was ist Laufwerk.cloud?	minimax/MiniMax-M2.7	ja	--	positive
Was ist Laufwerk.cloud?	mistral/mistral-large-latest	ja	--	positive
Was macht Laufwerk.cloud genau?	openai/gpt-5.3-chat-latest	ja	--	neutral
Was macht Laufwerk.cloud genau?	openai/gpt-5.4-mini	ja	--	neutral
Was macht Laufwerk.cloud genau?	anthropic/claude-sonnet-4-6	ja	--	missing
Was macht Laufwerk.cloud genau?	gemini/gemini-2.5-flash	ja	--	neutral
Was macht Laufwerk.cloud genau?	perplexity/sonar	ja	--	neutral
Was macht Laufwerk.cloud genau?	deepseek/ deepseek-chat	ja	--	positive
Was macht Laufwerk.cloud genau?	minimax/MiniMax-M2.7	ja	--	positive
Was macht Laufwerk.cloud genau?	mistral/mistral-large-latest	ja	--	positive
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	openai/gpt-5.3-chat-latest	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	openai/gpt-5.4-mini	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	anthropic/claude-sonnet-4-6	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	gemini/gemini-2.5-flash	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	perplexity/sonar	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	deepseek/ deepseek-chat	ja	--	neutral

Abfrage	Anbieter	Erwähnt	Position	Stimmung
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	minimax/MiniMax-M2.7	ja	--	neutral
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	mistral/mistral-large-latest	ja	--	neutral
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	openai/gpt-5.3- chat -latest	nein	--	missing
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	openai/gpt-5.4- mini	nein	--	missing
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	anthropic/claude- sonnet -4-6	ja	7	neutral
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	gemini/gemini-2.5- flash	ja	3	neutral
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	perplexity/sonar	nein	--	missing
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	deepseek/ deep seek-chat	ja	6	neutral
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	minimax/MiniMax-M2.7	nein	--	missing
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?	mistral/mistral-large-latest	nein	--	missing

Abfrage	Anbieter	Erwähnt	Position	Stimmung
sind für B2B-Unternehmen in Deutschland am besten?				

Themen-Abdeckung

Abdeckungsbewertung	58
Abgedeckte Themen	5
Lücken	7

Themenlücken und Vorschläge

Kernkonzepte

Mittel

Ergänzen Sie eine zentrale Übersichtsseite, die die vier Leistungsbereiche zusammenfasst und erklärt, wie sie zusammenwirken. Ein kurzer Leitartikel mit Begriffserklärungen und einem klaren „So lösen wir typische Probleme“-Abschnitt würde die Grundlage besser abdecken.

Anwendungsfälle

Mittel

Fügen Sie pro Leistungsbereich konkrete Fallbeispiele aus echten Branchen hinzu, zum Beispiel Handwerk, Beratung, Produktion oder Handel. Zeigen Sie jeweils Ausgangslage, Lösung und Ergebnis, damit klar wird, für wen die Angebote gedacht sind.

Implementierung

Mittel

Es fehlt eine echte Schritt-für-Schritt-Erklärung, wie ein Projekt bei Ihnen abläuft. Eine Seite mit Ablauf von Erstgespräch über Analyse, Umsetzung, Test und Übergabe würde besonders bei Beratung, Automatisierung und Software Vertrauen schaffen.

Vergleich

Mittel

Erstellen Sie Inhalte wie „Eigenbau vs Agentur“, „n8n vs manuelle Prozesse“ oder „Cloud-Lösung vs klassische Server“. Solche Gegenüberstellungen helfen KI-Systemen und Besuchern, Ihre Leistungen in Entscheidungen einzuordnen.

Preismodelle

Mittel

Es gibt Festpreis-Hinweise, aber keine saubere Erklärung zu Preisrahmen, laufenden Kosten oder ROI. Eine Seite mit typischen Paketgrößen, Abrechnungsmodellen und Beispielen für Einsparungen würde die Kaufentscheidung deutlich erleichtern.

Aktuelle Trends

Mittel

Die Inhalte wirken aktuell, aber es fehlt eine Seite zu aktuellen Entwicklungen wie KI-gestützten Workflows, Datenschutz bei Automatisierung oder modernen Web- und Cloud-Standards. Eine regelmäßig aktualisierte Insights-Seite mit Datum wäre hier sinnvoll.

Entitätsklarheit

Hoch

Die Marke sollte auf jeder Seite konsistent mit derselben Schreibweise, Rollenbezeichnung und Kontaktangaben erscheinen. Ergänzen Sie außerdem eindeutige Unternehmens- und Teamangaben auf der Website sowie Verknüpfungen zu den wichtigsten externen Profilen, damit KI-Tools das Unternehmen sicher zuordnen.

Trefferquote	0% (0 / 4 Suchanfragen)
Durchschnittsrang (1 = oberster Treffer)	nicht gelistet
Geprüfte Suchanfragen	4

SERP[24]-Ergebnisse pro Anfrage

Suchanfrage	Suchintention	Ihr Rang	Top-Wettbewerber
Was ist Laufwerk.cloud?	brand_recognition	nicht in den Top 10	cloudmounter.net
Was macht Laufwerk.cloud genau?	description_accuracy	nicht in den Top 10	cloudmounter.net

Suchanfrage	Suchintention	Ihr Rang	Top-Wettbewerber
Laufwerk.cloud vs. Klenk & Hoursch	comparison	nicht in den Top 10	reddit.com
Welche PR- und Kommunikationsagenturen sind f...	category_ranking	nicht in den Top 10	moeller-horcher.de

Analysierte Seiten

Seiten gefunden	15
Gecrawlte Seiten	15
Fehlgeschlagene Seiten	0

URLs analyzed (top 15)

URL	Titel	Status
https://laufwerk.cloud/ueber-uns	Über uns Das Team hinter Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/kontakt	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/webentwicklung	Webentwicklung Reutlingen Wir bauen Websites, die Geld verdienen. Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/automatisierung	Automatisierung & KI Reutlingen n8n für KMU Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/cloud-infrastruktur	Cloud & Infrastruktur Reutlingen IT die einfach läuft Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/software-apps	Softwareentwicklung Reutlingen Web-Apps & MVPs Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-reutlingen	IT Service[23] Reutlingen Ihr lokaler IT-Partner Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-tuebingen	IT Service[23] Metzingen & Tübingen Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/it-in-der-region-stuttgart	IT-Partner Region Stuttgart Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/support	Support & Helpcenter Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/kontakt?bereiche=&leistungen=&potenzial=1	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud	

URL	Titel	Status
https://laufwerk.cloud/impressum	Impressum Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/datenschutz	Datenschutzerklärung Laufwerk.cloud Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/kontakt? potenzial=1&leistungen=& bereiche=	Kontakt Projekt anfragen Laufwerk.cloud	
https://laufwerk.cloud/agb	AGB Allgemeine Geschäftsbedingungen Laufwerk.cloud	

Visuelle Galerie

Das Bild zeigt ein professionell gestaltetes, leuchtend blaues Logo auf schwarzem Hintergrund, das eine Wolke kombiniert mit einem blitzförmigen „L“ und dynamischen Bewegungslinien darstellt. Es wirkt modern sowie markengerecht für ein Technologieunternehmen und vermittelt durch die gewählte Symbolik effektiv die Konzepte von Cloud-Diensten und hoher Geschwindigkeit.

Hero



*Laufwerk.cloud | IT & Automatisierung für den
Mittelstand*

Generierte Artefakte

Organization Schema

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@graph": [
    {
      "@type": "Organization",
      "@id": "https://laufwerk.cloud#org",
      "name": "Laufwerk.cloud",
      "url": "https://laufwerk.cloud/",
      "logo": "https://laufwerk.cloud/_next/image?url=%2Fassets%2Flogo-laufwerk.png&w=3840&q=75",
      "description": "Wir bauen Systeme, die Arbeit abnehmen und Umsatz ermöglichen. Cloud-Infrastruktur, Automatisierung und Softwareentwicklung aus Reutlingen."
    },
    {
      "@type": "WebSite",
      "@id": "https://laufwerk.cloud#website",
      "url": "https://laufwerk.cloud/",
      "name": "Laufwerk.cloud",
      "publisher": {
        "@id": "https://laufwerk.cloud#org"
      }
    }
  ]
}
</script>
```

Glossar

[1]	Zitierbarkeit	wie einfach es für KI ist, eine saubere Antwort direkt von Ihrer Seite zu ziehen
[2]	E-E-A-T	vier Qualitätsmerkmale, die Google und KI-Tools auf einer Seite prüfen: Echte Erfahrung, Fachkundigkeit, Autorität, Vertrauenswürdigkeit
[3]	KI-Sichtbarkeit	ob ChatGPT und ähnliche KI-Tools Ihr Unternehmen kennen und erwähnen, wenn Leute nach Ihrem Thema fragen
[4]	Organisation	das Schema.org-Tag, das kennzeichnet, wer das Unternehmen hinter der Website ist -- Markenname, Logo, Social-Media-Profil
[5]	Artikel	das Schema.org-Tag für einen Artikel, der Autor, Datum und Überschrift auflistet, damit KI Zitate korrekt zuordnen kann
[6]	GPTBot	OpenAIs Web-Crawler, der Seiten für ChatGPT-Suche und -Training abrufen
[7]	Bingbot	Der Crawler von Microsoft Bing – sein Index speist ebenfalls Copilot-Antworten
[8]	PerplexityBot	Perplexitys Web-Crawler, der Seiten für seine Antwortmaschine-Ergebnisse abrufen
[9]	Google-Extended	das spezielle robots.txt-Token, das Ihre Website AUS dem KI-Training von Google herausnimmt, ohne normale Google-Suche zu beeinträchtigen

[10]	Entity-Erkennung	der Schritt, bei dem KI erkennt, dass ein Textabschnitt auf eine reale Marke, Person oder einen Ort verweist
[11]	sameAs	ein Tag, das besagt „dies ist dieselbe Entität wie mein Wikipedia-/LinkedIn-/YouTube-Profil“, damit KI weiß, dass es sich um eine Identität handelt
[12]	ClaudeBot	Der Webcrawler von Anthropic, der Seiten für Claude abrufen
[13]	FAQPage	das Schema.org-Tag, das eine Seite als Liste von Frage-Antwort-Paaren kennzeichnet, die KI direkt zitieren kann
[14]	Applebot	Der Webcrawler von Apple, der Spotlight, Siri und Apple Intelligence versorgt
[15]	Q-Element	eine eindeutige Wikidata-ID (wie Q12345) für eine real existierende Entität 2013 eine der stärksten Methoden, KI mitzuteilen, welches Unternehmen Sie sind
[16]	robots.txt	Eine kleine Datei auf Ihrer Website, die Bots mitteilt, welche Seiten sie besuchen dürfen
[17]	llms.txt	Eine optionale Datei, die Sie hinzufügen können, um KI-Tools bei der Zusammenfassung Ihrer Website zu unterstützen
[18]	Person	das Schema.org-Tag, das eine echte Person kennzeichnet -- Autor, Gründer, Experte -- damit KI-Tools sie von Namensvettern unterscheiden können
[19]	Knowledge Graph	Eine große Datenbank mit Fakten über Unternehmen und Personen, die KI-Tools konsultieren
[20]	Sitelinks	die eingerückten Unterlinks, die Google unter Ihrem Top-Ergebnis bei einer Markensuche anzeigt -- Ihre wichtigsten Unterseiten
[21]	Strukturierte Daten	Versteckte Tags auf Ihren Seiten, die erklären, was sie für Suchmaschinen und KI sind
[22]	Stimmenanteil	wie groß Ihr Anteil an der Konversation im Vergleich zu Wettbewerbern ist
[23]	Service	das Schema.org-Tag, das kennzeichnet, was ein Unternehmen tatsächlich anbietet -- Audits, Beratung, Support
[24]	SERP	die Seite mit blauen Links, die Google für eine Suche anzeigt
[25]	JSON-LD	ein unsichtbarer JSON-Block innerhalb der Seite, der Suchmaschinen und KI mitteilt, worum es auf der Seite geht