

Mein Sichtbarkeits-Audit: Gehört deine Reichweite wirklich dir?

Mein Sichtbarkeits-Audit: Gehört deine Reichweite wirklich dir?

Für wen ist dieses Audit?

Für Unternehmer, Marketer und Entscheider, die das Gefühl haben, die Kontrolle über ihre digitale Sichtbarkeit verloren zu haben – und die wissen wollen, wie groß das Risiko tatsächlich ist.

Welches Problem löst es?

Es deckt die versteckten Abhängigkeiten in deiner Strategie auf, die dich anfällig für Algorithmus-Änderungen, Agenturwechsel und ineffizienten Content machen. Statt vage Unzufriedenheit bekommst du eine messbare Bestandsaufnahme.

Wie du es nutzt:

Beantworte die Fragen ehrlich. Kreuze an, was auf deine aktuelle Situation zutrifft. Fülle die Bewertungsfelder aus. Am Ende zählst du deine Kreuze und weißt, wo du stehst.

Was du am Ende hast:

Eine klare Übersicht über deine größten Risiken und die wichtigsten Handlungsfelder, um die Kontrolle über deine Sichtbarkeit zurückzugewinnen – also das, worum es bei digitaler Souveränität im Kern geht: Sichtbarkeit als eigenen Vermögenswert aufbauen statt sie zu mieten.

Warum du dieses Audit jetzt machen solltest:

Jede Woche ohne Klarheit über deine Abhängigkeiten ist eine Woche, in der ein einziges Algorithmus-Update, ein Agenturwechsel oder eine Plattform-Änderung dein Geschäft treffen kann – ohne dass du vorbereitet bist.

Quick-Check: Die 3 größten Abhängigkeitsfallen

Prüfe in unter zwei Minuten, ob du in eine dieser typischen Fallen getappt bist.

1. Die Algorithmus-Falle:

Unsere Strategie ist primär darauf ausgerichtet, auf Google-Updates zu reagieren, anstatt eine proaktive Autorität (die dauerhafte Anerkennung als relevante Quelle für ein Thema) aufzubauen.

Trifft zu.

2. Die Content-Insel-Falle:

Wir produzieren regelmäßig Content, aber die einzelnen Beiträge sind nicht strategisch zu einer kohärenten Wissensarchitektur (einem strukturierten Netzwerk aus Inhalten, das ein Thema vollständig abdeckt) verknüpft.

Trifft zu.

3. Die Agentur-Falle:

Wenn wir morgen unsere SEO-Agentur wechseln würden, ginge uns strategisches Wissen, Daten oder der Zugang zu wichtigen Systemen verloren.

Trifft zu.

Wenn du bereits bei zwei oder mehr Punkten ein Kreuz gesetzt hast, lohnt sich das vollständige Audit besonders.

Teil 1: Deine System-Architektur (vs. Algorithmen-Jagd)

Hier bewertest du, ob du ein stabiles Fundament besitzt oder auf Sand baust.

- Unsere Erfolgsmessung basiert hauptsächlich auf Keyword-Rankings (Platzierungen für einzelne Suchbegriffe) für eine Handvoll Begriffe.
- Ein plötzlicher Einbruch der Sichtbarkeit auf einer einzigen Plattform (z. B. Google) würde unser Geschäft ernsthaft gefährden.
- Wir haben unsere Kernkompetenzen und Themen nicht als maschinenlesbare Entitäten (eindeutige, strukturierte Konzepte, die Suchmaschinen und KI-Systeme verstehen können) und Wissens-Cluster definiert.

Bewerte deine strategische Ausrichtung:

1	2	3	4	5
rein reaktiv – wir reagieren auf jedes Update	eher reaktiv mit einzelnen proaktiven Elementen	gemischt – teils System, teils Reaktion	überwiegend proaktiv mit klarer Architektur	vollständig proaktiv & systembasiert

Meine Bewertung: _____

Was dieses Ergebnis bedeutet:

Werte von 1–2 zeigen eine „Mieter“-Strategie: Du bist Gast auf der Plattform eines anderen und abhängig von dessen Regeln. Werte von 4–5 zeigen eine „Besitzer“-Strategie: Deine Sichtbarkeit steht auf einem eigenen Fundament, das Plattform-Updates überdauert.

Teil 2: Deine Content-Struktur (vs. Inhalts-Silos)

Hier prüfst du, ob dein Content ein wertvolles Netzwerk bildet oder nur eine lose Sammlung von Dokumenten ist.

- Neue Content-Ideen entstehen oft spontan oder basieren auf kurzfristigen Keyword-Suchen, nicht auf einer übergeordneten Architektur.
- Unsere interne Verlinkung (die Links zwischen unseren eigenen Inhalten) ist eher zufällig als strategisch geplant, um thematische Autorität zu bündeln.
- Es ist für einen Nutzer (und eine Maschine) schwierig, die gesamte Tiefe unseres Wissens zu einem Thema zu erfassen, weil die Inhalte verstreut sind.

Welche Metapher beschreibt deinen Content am besten?

Metapher	Beschreibung	Dein Status
<input type="checkbox"/> Eine gut sortierte Bibliothek	Klare Kategorien, Verweissystem, logischer Aufbau	
<input type="checkbox"/> Ein Haufen einzelner Notizzettel	Gute Einzelstücke, aber kein Zusammenhang	
<input type="checkbox"/> Ein leerer Schreibtisch	Kaum Content vorhanden	

Mein Status: _____

Was dieses Ergebnis bedeutet:

„Notizzettel“-Content produziert kurzfristige Sichtbarkeit, die schnell verfällt. „Bibliotheks“-Content erzeugt einen sich selbst verstärkenden Effekt: Jeder neue Beitrag stärkt die bestehenden. Gleiches Budget, radikal unterschiedliche Wirkung.

Teil 3: Deine Wissens-Kontrolle (vs. Agentur-Abhängigkeit)

Hier stellst du fest, ob Sichtbarkeit ein externer Service ist oder ein interner Vermögenswert.

- Die strategische Dokumentation unserer Sichtbarkeit (Architektur, Ziele, Kernentitäten) liegt nicht zentral und zugänglich bei uns im Unternehmen.
- Die Performance-Daten und Analysen werden uns primär in Form von aufbereiteten Reports präsentiert, anstatt dass wir direkten Zugriff auf die Rohdaten und Tools haben.
- Es gibt keine benannte Person oder Abteilung im Unternehmen, die den „Besitz“ an der Sichtbarkeits-Strategie hat.

Wer besitzt die strategische Hoheit über deine Sichtbarkeit?

Dimension	Wir (intern)	Agentur/Dienstleister	Niemand konkret
Strategische Planung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Datenzugang (Rohdaten, Tools)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Technische Umsetzung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentation & Wissenstransfer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Was dieses Ergebnis bedeutet:

Jedes Kreuz in der Spalte „Agentur“ oder „Niemand“ ist ein Risikopunkt. Sichtbarkeit, die du nicht intern steuerst, ist keine Sichtbarkeit – es ist eine Dienstleistung, die jederzeit enden kann.

Ein typischer Fehler aus der Praxis

Ein B2B-Unternehmen investiert ca. 2.000 € pro Monat in vier Blogartikel. Nach einem Jahr haben sie 48 Artikel, aber keine spürbare Steigerung der thematischen Autorität. Die Artikel sind isolierte Inseln – jeder steht für sich, ohne strategische Verknüpfung.

Ein Wettbewerber investiert ein vergleichbares Budget in einen einzigen, umfassenden Themen-Silo (eine vernetzte Gruppe von Inhalten, die ein Kernthema aus allen relevanten Perspektiven abdeckt) pro Quartal. Nach einem Jahr hat er vier extrem starke, vernetzte Wissens-Hubs, die seine Nische dominieren.

Der Unterschied: Der erste hat Content produziert. Der zweite hat einen Vermögenswert geschaffen.

Hinweis: Der genaue Wirkungsunterschied variiert stark je nach Branche, Wettbewerbsdichte und Umsetzungsqualität. Das Prinzip – vernetzter Content schlägt isolierten Content – gilt jedoch branchenübergreifend.

Was du daraus mitnimmst:

Wenn du in Teil 2 überwiegend Kreuze gesetzt hast, produzierst du möglicherweise gerade den „Notizzettel“-Typ. Die gute Nachricht: Bestehender Content lässt sich nachträglich vernetzen und in eine Architektur überführen.

Warum das für deine digitale Souveränität entscheidend ist

Digitale Souveränität bedeutet: Deine Sichtbarkeit gehört dir. Sie ist kein Nebenprodukt einer Plattform, keiner Agentur und keines einzelnen Algorithmus. Dieses Audit zeigt dir, wie weit du von diesem Zustand entfernt bist – oder wie nah du bereits dran bist. Der Unterschied zwischen „Mieter“ und „Besitzer“ im digitalen Raum entscheidet langfristig darüber, ob dein Unternehmen bei der nächsten Plattform-Veränderung stabil bleibt oder in eine Krise gerät.

Deine Auswertung

Zähle alle angekreuzten Boxen aus dem Quick-Check und den Teilen 1–3:

Kreuze	Status	Handlungsempfehlung
0–2	Stabil	Du bist bereits auf dem Weg, deine Sichtbarkeit wirklich zu besitzen. Optimierte die Details und dokumentiere deine Architektur sauber.
3–5	Risikozone	Du hast signifikante Abhängigkeiten, die ein echtes Geschäftsrisiko darstellen. Priorisiere die Blöcke, in denen du die meisten Kreuze hast.
6–9	Alarmstufe	Deine Sichtbarkeit ist fast vollständig fremdgesteuert. Du brauchst einen strukturierten Plan, um die Kontrolle zurückzugewinnen.

Mein Ergebnis: _____ Kreuze → Status: _____

Meine drei dringendsten Handlungsfelder:

1. _____
2. _____
3. _____

Dein nächster Schritt

Schritt 1 – Starte mit deiner Sichtbarkeits-Architektur:

Erfahre, wie du deine wichtigste Kernkompetenz als Entität definierst und eine erste Themen-Architektur aufbaust – mit konkreten Anleitungen und Beispielen.

→ mehrklicks.de/sichtbarkeits-architektur

Schritt 2 – Hol dir strategische Begleitung:

Wenn dein Ergebnis in der Risikozone oder Alarmstufe liegt, kann ein externer Sichtbarkeits-Strategie dir helfen, die Architektur aufzubauen, ohne die Kontrolle erneut abzugeben. Achte darauf, dass Wissenstransfer und Dokumentation im Unternehmen Vertragsbestandteil sind.

Speichere dieses Dokument. Wiederhole das Audit in drei Monaten, um deinen Fortschritt auf dem Weg zur digitalen Souveränität zu messen.

mehrklicks.de

Dein Weg zur digitalen Souveränität – Sichtbarkeit als Vermögenswert aufbauen statt mieten.

→ <https://mehrklicks.de/>

JvGLabs

AI visibility architecture

→ <https://jvglabs.com/>