Murat Ulusoy

SEO- & GEO-Experte

Checkliste, November 2026

Website-Check für Praxen

Ladezeit, Behandlungsseiten, Pflichtangaben und Werberecht: 20 Punkte, die eine Praxis-Website erfüllen sollte.

---

81 %

der Quellen in Googles KI-Übersicht sind Websites von Praxen. Eigene Messung vom 3. November 2026.

Die Website muss am Handy in Sekunden stehen.

Google misst die Nutzererfahrung mit den Core Web Vitals. Als gut gelten: das größte Element nach höchstens 2,5 Sekunden (LCP), eine Reaktion auf Eingaben in höchstens 200 Millisekunden (INP) und kaum verrutschende Inhalte (CLS höchstens 0,1). Prüfen können Sie das kostenlos unter pagespeed.web.dev.

Website (gemessen 06.11.2026)	Leistung	Barrierefreiheit	Best Practices	SEO
dr-gueler.de, Desktop	100	100	100	100
dr-gueler.de, mobil	99	100	100	100
dorow-clinic.de, Desktop	94	97	100	100
dorow-clinic.de, mobil	96	100	100	100

Beispiele aus unserer Arbeit, gemessen mit Google PageSpeed Insights am 6. November 2026. Werte schwanken je nach Messung um einige Punkte.

- [ ] **Mobil zuerst prüfen**
  Die meisten Patienten suchen am Handy. Bewerten Sie die mobile Messung, nicht nur den Desktop.

- [ ] **Bilder in modernen Formaten**
  WebP oder AVIF, in passender Größe, unterhalb des sichtbaren Bereichs erst bei Bedarf geladen.

- [ ] **Wenige externe Skripte**
  Jedes Chat-Widget, jeder Tracker und jede Schrift von fremden Servern kostet Ladezeit.

Eine eigene Seite für jede Behandlung.

Zitiert wird, wer eine Patientenfrage vollständig beantwortet. In unserer Messung waren Websites von Praxen 50 % der Quellen der KI-Assistenten und 81 % der Quellen in Googles KI-Übersicht.

- [ ] **Je Behandlung eine Seite**
  Implantate, Veneers, Aligner, Brustvergrößerung, Lidstraffung: nicht alles auf einer Leistungsseite.

- [ ] **Die Fragen der Patienten beantworten**
  Wer behandelt, Ablauf, Dauer, Heilung, Risiken, Kosten-Einordnung, Alternativen. In ganzen Sätzen.

- [ ] **Ärzteteam mit Qualifikation**
  Name, Facharzt- und Zusatzbezeichnungen, Schwerpunkte, Foto. Gleiche Schreibweise wie auf Google und Jameda.

- [ ] **Ort und Einzugsgebiet nennen**
  Stadt, Stadtteil, Anfahrt. Patienten fragen nach einer Praxis in ihrer Stadt.

- [ ] **Strukturierte Daten**
  Praxis und Ärzte als Schema-Markup (zum Beispiel MedicalClinic, Dentist, Physician), damit Suchmaschinen und KI die Angaben sicher zuordnen. Ein kostenloser Generator: muratulusoy.de/seo-tools/schema-generator.html

- [ ] **Kontaktweg ohne Umwege**
  Telefon, Online-Termin oder Anfrageformular auf jeder Seite erreichbar, am Handy mit einem Daumen.

Was rechtlich stimmen muss.

- [ ] **Impressum mit Berufsangaben**

  Neben Name und Anschrift auch die zuständige Kammer, die gesetzliche Berufsbezeichnung mit dem Staat, in dem sie verliehen wurde, und die berufsrechtlichen Regelungen (§ 5 DDG).

- [ ] **Datenschutzerklärung und Einwilligung**

  Für Kontaktformular, Terminbuchung, Karten, Videos und Statistik. Nicht notwendige Cookies erst nach Einwilligung.

- [ ] **Keine Heilversprechen, keine Garantien**

  Erfolgsgarantien und „risikolos“ sind irreführend (§ 3 HWG).

- [ ] **Keine Vorher-nachher-Bilder bei Schönheitseingriffen**

  Für Eingriffe ohne medizinische Notwendigkeit in der Werbung gegenüber Patienten verboten (§ 11 Abs. 1 Satz 3 Nr. 1 HWG), auf der Website wie auf Instagram.

- [ ] **Preise mit Bedacht**

  Ein Verbot, Preise zu nennen, enthalten weder das HWG noch die Musterberufsordnung. Die GOÄ schließt nach dem BGH aber eine pauschale Vergütung aus (BGH, 13.06.2024, III ZR 279/23), für Zahnärzte gilt die GOZ. Festpreise und Pauschalen in der Werbung sind deshalb heikel.

- [ ] **Bewertungen nur mit Echtheitshinweis**

  Wer Bewertungen auf der Website zeigt, muss angeben, ob und wie ihre Echtheit sichergestellt wird (§ 5b Abs. 3 UWG).

Dieser Leitfaden ersetzt keine Rechtsberatung. Wortlaut der Vorschriften und aktuelle Urteile: muratulusoy.de/branchen/heilmittelwerbegesetz/ Texte prüfen: muratulusoy.de/seo-tools/hwg-check.html

In 15 Minuten wissen Sie, wo Ihre Website steht.

1 **PageSpeed messen.**

pagespeed.web.dev, Ihre Startseite und Ihre wichtigste Behandlungsseite, mobil und Desktop.

2 **Am eigenen Handy anfragen.**

Wie lange dauert es von der Google-Suche bis zur abgeschickten Terminanfrage?

3 **Die Behandlungsseite gegen die Patientenfrage lesen.**

Beantwortet sie, wer behandelt, wie es abläuft und was es ungefähr kostet?

4 **Name und Adresse vergleichen.**

Website, Google-Profil und Jameda: exakt gleich?

5 **KI fragen.**

„Welche Praxis in [Stadt] ist für [Behandlung] zu empfehlen?“ an ChatGPT, Perplexity und Gemini. Wird Ihre Website als Quelle genannt?



Lieber messen lassen?

Der kostenlose KI-Sichtbarkeits-Befund misst Ihre Website mit: Ladezeit, Platz in Google und Google Maps und ob ChatGPT, Perplexity und Gemini Ihre Praxis nennen.

`anfrage@muratulusoy.de · muratulusoy.de/branchen/ki-befund/`

Murat Ulusoy arbeitet seit 2003 in der Suchmaschinenoptimierung und führt die Agentur SUMAX in Dortmund. Schwerpunkt: Sichtbarkeit von Zahnärzten, Kieferorthopäden und plastischen Chirurgen bei Google, in Google Maps und in KI-Assistenten.