

SEO-Bericht August 2026

Musterdach Pirna GmbH · musterdach-pirna.de

Zeitraum	Verglichen mit	Erstellt am
01.08.2026 – 31.08.2026	Juli 2026	03.09.2026

Auf einen Blick

Was Google im Berichtsmonat gezählt hat, jeweils im Vergleich zu Juli 2026.



Kurz gesagt

August war der bisher beste Monat: 197 Klicks aus der Google-Suche, 35 mehr als im Juli, bei 6.840 Einblendungen. Seit dem Start der Betreuung im März hat sich der Wert damit von 78 auf 197 Klicks mehr als verdoppelt.

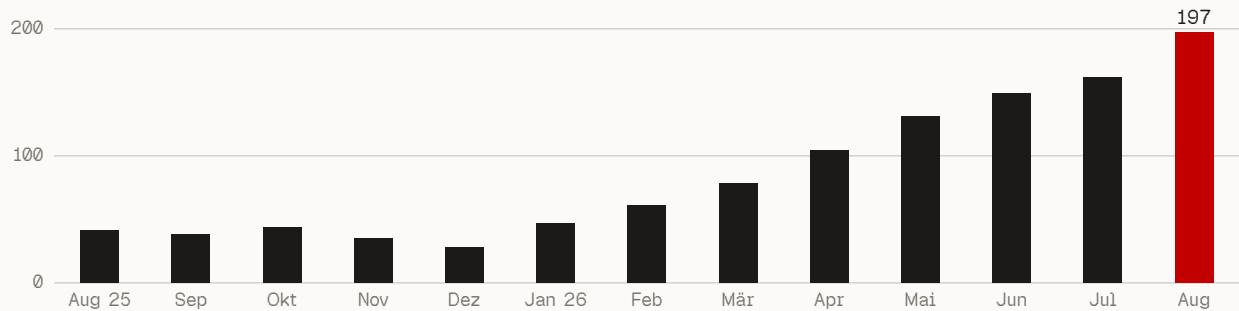
Ein Teil davon ist der Sturm vom 12. August – an dem Tag allein kamen 18 Klicks, und „dachrinne reparieren pirna“ ist von 6 auf 17 Klicks gesprungen. Der andere Teil ist Arbeit, die schon länger läuft: „dachdecker pirna“ steht jetzt im Schnitt auf Platz 2,8 statt 3,4, und das ist der Begriff, der die Anfragen bringt.

Aus den Besuchen sind 19 Formularanfragen und 63 Anrufe über die Website geworden – beides mehr als im Juli.

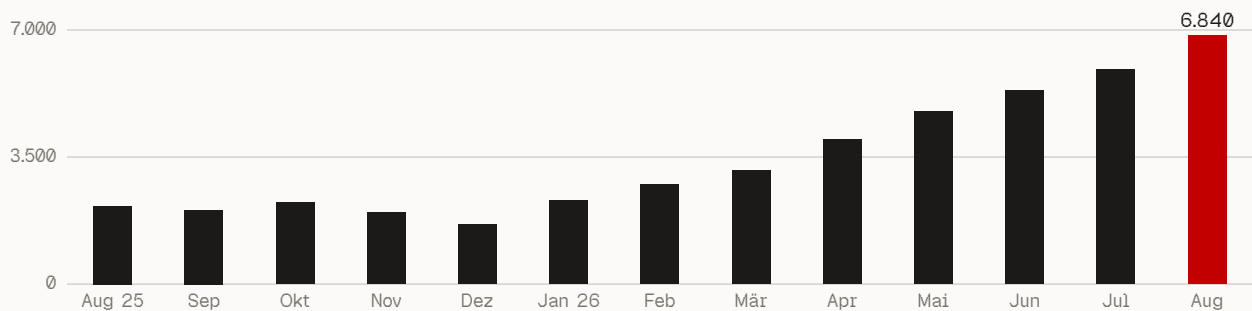
Sichtbarkeit bei Google

Dreizehn Monate im Verlauf. Der rote Balken ist der Berichtsmonat.

Klicks je Monat – wie oft jemand aus der Google-Suche auf die Website gekommen ist.



Impressionen je Monat – wie oft die Website in den Suchergebnissen aufgetaucht ist.



Die durchschnittliche Position hat sich von 12,8 auf 11,6 verbessert. Das klingt nach wenig, ist aber der Durchschnitt über alle 214 Begriffe, für die die Seite eingeblendet wird – darunter viele, die nie geklickt werden. Aussagekräftiger ist die Klickrate: 2,88 % statt 2,74 %. Von hundert Leuten, die deinen Eintrag sehen, klicken jetzt knapp drei.

Der Sturm hat den Monat nach oben gezogen, das sollte man nicht schönreden. Rechnet man die drei Sturmtage heraus, bleiben rund 160 Klicks – also etwa auf Juli-Niveau. Der Trend stimmt trotzdem: Der Juli lag schon 33 Klicks über dem Juni, ganz ohne Wetterereignis.

Wonach gesucht wurde

Die häufigsten Suchbegriffe im Berichtsmonat, mit der Veränderung gegenüber Juli 2026. Insgesamt 214 verschiedene Begriffe.

Suchbegriff	Klicks	Δ	Impr.	CTR	Position	Δ Position
dachdecker pirna	38	▲ +7	520	7,3 %	2,8	▲ +0,6

Suchbegriff	Klicks	Δ	Impr .	CTR	Position	Δ Position
dachdeckerei pirna	22	▲ +3	310	7,1 %	3,1	▲ +0,5
dachrinne reparieren pirna	17	▲ +11	240	7,1 %	4,2	▲ +3,7
dach neu decken kosten	14	▲ +3	890	1,6 %	9,6	▲ +1,6
dachsanierung sächsische schweiz	12	▲ +3	410	2,9 %	6,4	▲ +1,7
flachdach abdichten pirna	11	▲ +3	180	6,1 %	3,9	▲ +0,9
dachdecker heidenau	9	▲ +2	260	3,5 %	5,1	▲ +1,1
sturmschaden dach pirna neu	8	–	120	6,7 %	3,3	–
dachfenster einbauen dresden	7	▲ +2	540	1,3 %	14,7	▲ +2,6
dachdecker sächsische schweiz	6	±0	210	2,9 %	7,2	▼ -0,2
carport dach decken	5	▲ +1	330	1,5 %	12,1	▲ +1,4
dachziegel wechseln kosten	5	▲ +2	620	0,8 %	15,8	▲ +3,6
dachdecker notdienst pirna neu	4	–	90	4,4 %	4,6	–
gaube bauen kosten	4	▲ +2	480	0,8 %	18,2	▲ +4,4
dachdecker in der nähe	3	±0	720	0,4 %	21,4	▲ +3,4

Δ ist die Veränderung gegenüber Juli 2026. Bei der Position heißt ein Plus: nach vorn gerückt.

Zwei Dinge fallen auf.

Erstens die Notfall-Begriffe: „sturmschaden dach pirna“ und „dachdecker notdienst pirna“ tauchen zum ersten Mal auf, beide direkt auf den Plätzen 3 bis 5. Da sucht jemand, der heute jemanden braucht – die wertvollste Sorte Anfrage, die es im Handwerk gibt. Bisher gibt es dafür keine eigene Seite, die Treffer landen auf der Startseite.

Zweitens die Kostenfragen: „dach neu decken kosten“, „dachziegel wechseln kosten“, „gaube bauen kosten“ bringen zusammen 23 Klicks bei fast 2.000 Einblendungen. Die Positionen zwischen 9 und 18 heißen: Du wirst gesehen, aber selten geklickt. Hier hilft kein neuer Text, sondern ein besserer Titel und eine echte Preisspanne gleich im ersten Absatz.

„dachdecker dresden“ steht weiter bei null. Das ist kein Versäumnis, sondern Wettbewerb: Dort ranken Betriebe mit Dresdner Adresse. Sinnvoller sind Stadtteile und Nachbarorte – Heidenau bringt bereits 9 Klicks.

Die Begriffe, auf die wir hinarbeiten

Vereinbarte Suchbegriffe, unabhängig davon, ob sie im Monat schon Klicks gebracht haben.

Suchbegriff	Klicks	Impr .	Position	Δ Position
dachdecker pirna	38	520	2,8	▲ +0,6
dachsanierung sächsische schweiz	12	410	6,4	▲ +1,7
flachdach abdichten pirna	11	180	3,9	▲ +0,9

Suchbegriff	Klicks	Impr .	Position	Δ Position
dachdecker dresden	noch keine Einblendung im Berichtsmonat			

Welche Seiten gefunden werden

Die zehn Seiten mit den meisten Klicks aus der Suche.

Seite	Klicks	Δ	Impr .	Position
/	52	▲ +8	1.980	8,9
/leistungen/dachsanierung	34	▲ +7	1.120	9,4
/leistungen/flachdach	21	▲ +5	640	7,8
/leistungen/dachrinne	19	▲ +12	380	5,2
/ratgeber/dach-neu-decken-kosten	18	▲ +3	1.240	12,6
/referenzen	14	▲ +2	410	11,3
/kontakt	12	▲ +2	190	6,4
/leistungen/dachfenster	9	▲ +2	560	15,1
/ratgeber/sturmschaden-was-tun	8	▲ +8	220	9,7
/leistungen/gaube	6	▲ +1	330	17,4

Womit gesucht wird Handy 4.180 Rechner 2.340 Tablet 320 Einblendungen in der Suche nach Gerät.	Aus welchen Ländern Deutschland 6.620 Österreich 90 Schweiz 70 Polen 40 andere Länder 20 Einblendungen in der Suche nach Land.
---	---

Besucher auf der Website

Gemessen mit Umami, ohne Cookies und ohne personenbezogene Daten. Zeitzone Europe/Berlin.

Besucher

386

▲ +55 ggü. Juli 2026

Besuche

452

▲ +64 ggü. Juli 2026

Seitenaufrufe

1.187

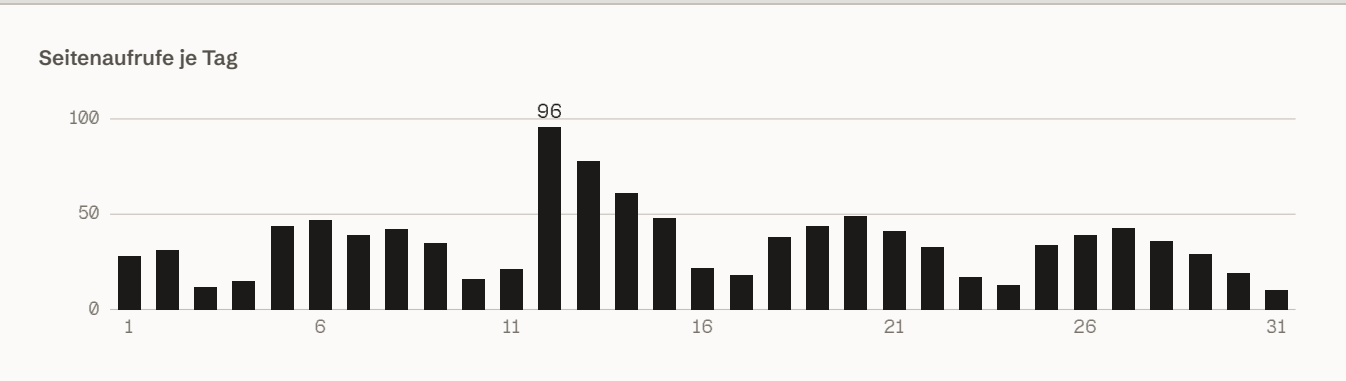
▲ +223 ggü. Juli 2026

Verhalten

Ø 2,6 Seiten je Besuch · Ø 2:06 min Verweildauer · 41 % Absprünge

Im Vormonat

331 Besucher · 964 Seitenaufrufe · Ø 1:58 min



Woher die Besucher kommen

google.com	218
direkt / ohne Verweis	104
bing.com	21
dachdecker-innung-sachsen.de	14
facebook.com	11
pirna.de	8
das-oertliche.de	6
maps.google.com	4

Meistgelesene Seiten

/	402
/leistungen/dachsanierung	168
/kontakt	143
/leistungen/flachdach	97
/referenzen	86
/ratgeber/dach-neu-decken-kosten	71

386 Besucher, 55 mehr als im Juli. Sie bleiben im Schnitt gut zwei Minuten und sehen 2,6 Seiten – für eine Handwerker-Website ein guter Wert, die Leute suchen also wirklich etwas und klicken nicht nur weg.

69 Prozent kommen mit dem Handy. Das ist der Grund, warum weiter unten die Ladezeit auf dem Handy ganz oben in den Empfehlungen steht.

Ein Hinweis zur Einordnung: Die 63 „Anrufe“ sind Klicks auf die Telefonnummer, nicht nachweislich geführte Gespräche. Erfahrungsgemäß kommt davon ein guter Teil tatsächlich an, aber die Zahl ist eine Obergrenze, keine Statistik über dein Telefon.

Anfragen und Ziele

Die Aktionen, an denen sich der Erfolg der Website messen lässt.

Ziel	Im Monat	Δ	je 100 Besucher
Anfrage über das Formular Ereignis	19	▲ +6	4,9
Anruf über die Website gestartet Ereignis	63	▲ +15	16,3
Angebot angefordert Ereignis	11	▲ +3	2,8
Kontaktseite aufgerufen Seitenaufruf	143	▲ +25	37,0

Technik und Ladezeit

Gemessen mit Google PageSpeed Insights für <https://musterdach-pirna.de>.

Tempo am Handy

68 von 100

LCP 3,1 s · CLS 0,04

Tempo am Rechner

94 von 100

LCP 1,2 s · CLS 0,01

Was ich im Berichtsmonat gemacht habe

01 Ratgeber „Sturmschaden am Dach – was jetzt zu tun ist“ veröffentlicht

Zwei Tage nach dem Sturm online: was sofort zu tun ist, was die Versicherung braucht, wann es gefährlich wird. Die Seite hat im ersten halben Monat 8 Klicks gebracht und steht schon auf Platz 9,7 – ein Text, der jedes Jahr wieder trägt.

02 Leistungsseite Dachrinne überarbeitet

Ortsbezug ergänzt, Preisspanne genannt, drei häufige Fragen beantwortet. Die Seite ist von 7 auf 19 Klicks gestiegen und steht jetzt auf Platz 5,2.

03 Google-Unternehmensprofil gepflegt

Zwei Beiträge eingestellt, vier Bewertungen beantwortet, die Notdienst-Zeiten hinterlegt. Das Profil ist bei „Branche + Ort“ der wichtigste Hebel und will monatlich angefasst werden.

Was als Nächstes den größten Hebel hat

Nach Wirkung sortiert. Aufwand heißt: meine Zeit im nächsten Monat.

01 Ladezeit auf dem Handy verbessern

PageSpeed gibt der mobilen Startseite 68 von 100, das größte Bild braucht 3,1 Sekunden. Bei 69 Prozent Handy-Besuchern ist das der Punkt mit dem meisten Verlust: Jede Sekunde kostet Anfragen. Ursache sind die Referenzfotos in voller Auflösung – die lassen sich verkleinern, ohne dass man es sieht.

Wirkung: hoch

Aufwand: 2 h

Macht: Maikel

02 Eigene Seite für den Notdienst

„dachdecker notdienst pirna“ und „sturmschaden dach pirna“ sind neu in den Suchergebnissen, ohne dass es dafür eine Seite gibt. Eine Seite mit Erreichbarkeit, Einsatzgebiet und was du im Notfall zuerst machst, würde diese Suchen einsammeln, statt sie auf der Startseite verpuffen zu lassen.

Wirkung: hoch

Aufwand: 3 h – das sprengt die Betreuung, kommt als eigenes Angebot

Macht: Maikel

03 Titel der Kostenseiten schärfen

Die Ratgeber zu Kosten werden fast 2.000-mal eingeblendet und selten geklickt. Ein Titel, der die Spanne schon nennt („Dach neu decken: 80 – 140 € pro m² in Sachsen“), holt aus denselben Einblendungen mehr Besucher – ohne eine einzige neue Seite.

Wirkung: mittel

Aufwand: 45 min

Macht: Maikel

04 Zwei Google-Bewertungen im Monat einsammeln

Nach jedem abgeschlossenen Auftrag den QR-Code auf der Rechnung zeigen. Bewertungen sind das stärkste lokale Signal, und im Kartenblock entscheidet oft die Sterneanzahl, wer angerufen wird. Das ist der einzige Punkt, an dem ich auf euch angewiesen bin.

Wirkung: hoch

Aufwand: 5 min je Auftrag

Macht: Kunde

05 Fotos von drei fertigen Dächern

Für die Referenzseite und das Google-Profil. Handysfotos reichen, wichtig sind Vorher/Nachher und der Ort. Eigene Bilder wirken im Handwerk stärker als jeder Text – und Google zeigt Profile mit frischen Fotos häufiger.

Wirkung: mittel

Aufwand: 10 min je Baustelle

Macht: Kunde

Im nächsten Monat

- 1 Bilder verkleinern und die mobile Ladezeit nachmessen
- 2 Titel und Beschreibungen der drei Kostenseiten überarbeiten
- 3 Angebot für die Notdienst-Seite schicken, damit die Sturmsaison im Herbst vorbereitet ist

Woher die Zahlen kommen

Google Search Console

Property <https://musterdach-pirna.de/>, Berichtszeitraum 1. August 2026 bis 31. August 2026, Vergleich 1. Juli 2026 bis 31. Juli 2026. Klicks, Impressionen, Klickrate und durchschnittliche Position stammen unverändert aus der Google-API; die Position ist über alle Einblendungen gemittelt. Google meldet die letzten Tage mit Verzug, kleine Nachträge sind normal.

Umami

Selbst gehostete Instanz <https://umami.maikel-szymanski.de>, Website musterdach-pirna.de, Zeitzone Europe/Berlin. Ohne Cookies, ohne personenbezogene Daten, ohne Einwilligungsbanner. Besucher werden pro Tag gezählt; Werbeblocker unterdrücken einen Teil der Messungen.

PageSpeed Insights

Labormessung von Google zum Zeitpunkt der Erstellung, kein Durchschnitt echter Besuche.

Was der Bericht nicht sagt

Rankings schwanken je nach Ort, Gerät und Verlauf des Suchenden – die Position hier ist ein Mittelwert, keine feste Platzierung. Umsatz und Anfragen außerhalb der Website (Telefon, Laufkundschaft, Weiterempfehlung) sind nicht enthalten.

Dies ist ein Beispielbericht. Kunde, Domain und sämtliche Zahlen sind erfunden und dienen nur dazu, den Aufbau des monatlichen Berichts zu zeigen.

Fragen zum Bericht? Einfach antworten oder anrufen – ich gehe ihn gern mit dir durch.

Maikel Szymanski · Webdesign & SEO · Pirna · maikel-szymanski.de