

SEO Checkliste

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist entscheidend, um online sichtbar zu sein und organischen Traffic zu generieren. Mit dieser Checkliste kannst du prüfen, ob du die Kernbereiche der SEO abgedeckt hast.

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
FIRMA	DATUM	PROJEKT

OnPage-Optimierung:

Die OnPage-Faktoren deiner Website sind das Grundgerüst deiner SEO-Bemühungen.

- Verwende ich relevante Meta-Tags (Titel, Beschreibung) für jede Seite?
- Sind meine Überschriften (H1, H2, etc.) korrekt strukturiert und enthalten sie Schlüsselwörter?
- Habe ich Alt-Texte für alle Bilder hinzugefügt, die relevante Informationen und Keywords enthalten?
- Habe ich Duplicate Content (doppelte Inhalte) vermieden oder per Canonical-Tag gekennzeichnet?

Tipp: Deine **Meta-Tags** sollten aussagekräftig sein und den Inhalt der Seite präzise beschreiben.

Achte darauf, **Duplicate Content** zu vermeiden, bedenke dabei, dass auch Teile von Seiten doppelt sein können – beispielsweise, Referenzen, Kennzahlen, News-Teaser oder andere Auflistungen, die sich auf unterschiedlichen Seiten wiederholen. Wenn zu viele Inhalte einer Seite sich auch auf anderen Seiten auf deiner Website (oder auf anderen Websites) wiederfinden, kann das problematisch sein. Tools wie Siteliner helfen dir dabei doppelte Inhalte ausfindig zu machen.

Siehe: <https://www.siteliner.com/>

Keyword-Optimierung und -Relevanz:

Keywords sind die Brücke zwischen dem, was Nutzer suchen, und dem Inhalt, den du anbietest.

- Habe ich eine umfassende Keyword-Recherche durchgeführt, um relevante Suchbegriffe zu identifizieren?
- Sind meine Inhalte rund um die identifizierten Haupt- und Neben-Keywords optimiert?
- Verwende ich Long-Tail-Keywords, um gezielten Traffic zu generieren?
- Überprüfe ich regelmäßig die Performance meiner Keywords und bessere nach?

Tipp: Tools wie Google Keyword Planner, Sistrix, Ahrefs oder Semrush helfen dir, Suchvolumen und Wettbewerbsfähigkeit von Keywords zu bewerten.

Siehe:

- https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/
- <https://www.sistrix.de/>
- <https://ahrefs.com/de/>
- <https://de.semrush.com/>

Content-Qualität:

Suchmaschinen bevorzugen hochwertigen, relevanten und einzigartigen Content.

- Biete ich einzigartige und wertvolle Inhalte, die den Bedürfnissen meiner Zielgruppe entsprechen?
- Werden meine Inhalte regelmäßig aktualisiert, um relevant zu bleiben?
- Verwende ich visuelle Elemente wie Bilder, Videos oder Infografiken, um den Content attraktiver zu gestalten?

Tipp: Stelle sicher, dass der Content gut strukturiert und leicht verständlich ist, und biete Mehrwert, um Besucher zu binden und die Absprungrate zu verringern.

Der First-Hand-Experience-Ansatz: In einer Zeit in der mit generativer KI (wie ChatGPT) das Erstellen von Mengen von Texten ein Kinderspiel geworden ist, kannst du dich mit sog. First-Hand-Experience-Inhalten von der Masse absetzen. Das sind Inhalte, die deine Erfahrungen, deine Projekte, deine Mitarbeiter, deine Kunden und dein persönlich erworbenes Know-how in den Vordergrund stellen. Schreib also nicht einfach eine weitere Seite, die deine Dienstleistung erklärt, sondern schreibe, wie du diese Dienstleistung mit deinem persönlichen Ansatz, bei spezifischen Kunden angewendet hast und was du dabei erreicht und gelernt hast.

Interne und externe Verlinkung:

Links sind das Netz, das das Web zusammenhält und seine Struktur definiert.

- Nutze ich interne Links, um Besucher zu relevanten Inhalten zu führen und die Crawlability (Durchsuchbarkeit) der Website zu verbessern?
- Verfügt meine Website über hochwertige Backlinks von vertrauenswürdigen und relevanten Websites?
- Stelle ich sicher, dass alle externen Links auf vertrauenswürdige Quellen verweisen?
- Habe ich auf defekte Links (Broken Links) geprüft und sie behoben?

Tipp: Internes Linkbuilding fördert nicht nur die Benutzerfreundlichkeit, sondern auch die Verteilung des Link-Juice auf deiner Website. Verwende Tools wie Screaming Frog oder die Search Console, um defekte Links zu finden.

Siehe: <https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/> und <https://search.google.com/search-console?hl=de>

Strukturierte Daten und Rich Snippets:

Strukturierte Daten ermöglichen es Suchmaschinen, den Inhalt deiner Seiten besser zu verstehen.

- Verwende ich strukturierte Daten (z. B. für Bewertungen, Produkte, Veranstaltungen), wo es sinnvoll ist?
- Zeigt Google mir meine strukturierten Daten in der Search Console und habe ich alle Fehler, die mir dort angezeigt werden, behoben?
- Werden durch die strukturierten Daten relevante Rich Snippets in den Suchergebnissen angezeigt?

Tipp: Tools wie Googles Structured Data Testing Tool oder das Rich Results Testing Tool können dir helfen, deine strukturierten Daten zu überprüfen und mögliche Fehler zu identifizieren.

Siehe: <https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data?hl=de> und <https://search.google.com/test/rich-results>

Mobile SEO:

Mobilgeräte sind heute ein Hauptzugangspunkt zum Web. Deine Website sollte für diese Nutzer optimiert sein.

- Ist meine Website auf Mobilgeräten nutzerfreundlich und gut lesbar?
- Passt sich das Design meiner Website an verschiedene Bildschirmgrößen an (Responsive Design)?
- Habe ich Mobile-First-Indexing berücksichtigt?
- Funktionieren alle interaktiven Elemente und Formulare auf Mobilgeräten korrekt?

Tipp: Verwende Google's Mobile-Friendly Test und Lighthouse, um deine mobile Performance zu analysieren und Verbesserungen umzusetzen.

Siehe: <https://developer.chrome.com/docs/lighthouse/overview/?hl=de>

Core Web Vitals:

Die Core Web Vitals von Google spielen eine wichtige Rolle für die User Experience und SEO-Rankings.

- Habe ich die Ladegeschwindigkeit meiner Website überprüft und optimiert?
- Ist meine Seite visuell stabil (Vermeidung von Layout-Verschiebungen)?
- Reagiert meine Website schnell auf Benutzerinteraktionen?

Tipp: Analysiere deine Core Web Vitals mit dem Google PageSpeed Insights Tool oder in der Search Console, um Verbesserungspotenzial zu erkennen. <https://pagespeed.web.dev/?hl=DE>

Technische Aspekte:

Technische SEO stellt sicher, dass Suchmaschinen ohne Probleme auf deine Inhalte zugreifen können.

- Ist meine Seite für Suchmaschinen indizierbar?
- Verfügt meine Website über eine aktuelle XML-Sitemap und ist diese in den Google Search Console eingereicht?
- Nutze ich eine Robots.txt-Datei, um den Zugriff von Suchmaschinen auf bestimmte Bereiche zu steuern?
- Verwende ich HTTPS, um die Sicherheit meiner Website zu gewährleisten?
- Habe ich PageSpeed-Optimierungen vorgenommen (z. B. komprimierte Bilder, minimiertes CSS/JavaScript)?
- Habe ich auf fehlerfreie URLs und saubere Weiterleitungen (301-Redirects) geachtet?

SEO ist ein kontinuierlicher Prozess, der Aufmerksamkeit und regelmäßige Überprüfungen erfordert. Mit dieser erweiterten Checkliste kannst du sicherstellen, dass du die wichtigsten OnPage- und OffPage-Faktoren, technischen Aspekte und mobile Optimierungen berücksichtigst, um langfristig online sichtbar zu sein.

**Suchst du nach Experten, die dir bei deiner SEO-Strategie helfen?
Wir sind für dich da! Kontaktiere uns!**

[Beratungsgespräch vereinbaren](#)

<https://www.homepage-helden.de/kontakt/>

Eigene Prüfpunkte:

- Check #1:
- Check #2:
- Check #3:
- Check #4:
- Check #5:
- Check #6:
- Check #7:
- Check #8:

Notizen:

Diese einfache Checkliste ist für die Anwendung durch dich als Kunde/Auftraggeber gedacht. Du kannst damit eine grundlegende Bedarfsermittlung durchführen oder erste Optimierungspotenziale aufdecken. Darüber hinaus beachten und prüfen unsere Webdesign-Experten bei einer professionellen Analyse, Gestaltung und Realisierung einer Website eine Vielzahl weiterer Aspekte.

©2024 Homepage Helden GmbH, Hamburg