



SEO CHECKLISTE

Endlich SEO verstehen!



von Stefanie Engel

WEBHONESTY



SEO CHECKLISTE

Warum überhaupt SEO?

Du hast schon eine Website – aber bisher wird sie bei Google gar nicht oder **nur schlecht gefunden**?
Und Du fragst Dich jetzt, wie Du es schaffst, in der **Suchmaschine möglichst weit nach vorne** zu kommen?



Mit **SEO-Maßnahmen** (SEO = Search Engine Optimization, also Suchmaschinenoptimierung) kannst Du Deine Website so relevant und wertvoll machen, dass Google sie für wichtige Keywords nach vorne lässt: Aber häufig hört man ziemlich **verwirrende und widersprüchliche SEO-Tipps**, und nicht wenige Websitebetreiber*innen lassen es dann lieber gleich ganz sein - weil es vermeintlich **zu kompliziert** ist.



Diese **SEO-Checkliste** zeigt Dir, auf welche Dinge es wirklich ankommt. Du siehst, dass es gar nicht um irgendwelche „Tricks“ geht und übrigens auch **ziemlich wenig um Technik**: Sondern die Liste unterstützt Dich dabei, den Hintergrund zu verstehen: Also was **Google** überhaupt grundsätzlich an Webseiten mag und „**belohnt**“.



Wie nutzt du sie richtig?

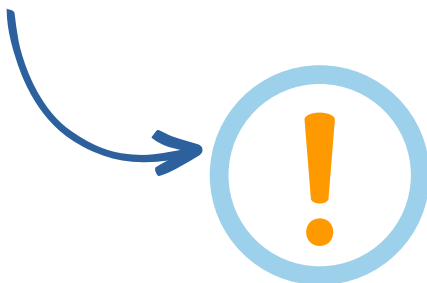
Geh' die Liste erst einmal in Ruhe durch und schau' Dir auch die **Erklärungen, Links und Beispiele** an: Vielleicht sind ein paar Begriffe dabei, die für Dich neu sind.

Hake dann ab, **was auf Dich bzw. Deine Website zutrifft**: Und keine Sorge, wenn Du im letzten Teil bei der Technik keine oder wenige Haken setzen kannst.



Am aller-, allerwichtigsten ist nämlich, dass Du „Deine“ Keywords kennst und thematisch hochwertige Inhalte erstellst, die die Bedürfnisse der Besucher erfüllen.

Die Checkliste ist in 5 Bereiche unterteilt. Der 2. Und der 3. Teil behandeln die richtigen Auszeichnungen für Google – was aber mit Technik nichts zu tun hat: Sondern nur damit, dass Du Deine Inhalte mit den passenden „Hinweisschildern“ für Google versehen solltest.



Das ist für das **Verständnis der Suchmaschine** wichtig – je besser sie Deine Seite versteht, desto besser Deine Chancen auf **vordere Google-Positionen!**



Komplizierte Begriffe

Zu den SEO-Fachbegriffen, die Du vielleicht bisher nicht kennst, habe ich ein paar Erklärungen eingebaut: Entweder direkt in der Checkliste oder in Form von Links zur ausführlicheren Erläuterungen.



Strategie deiner Webseite



Ich weiß, was ich anbiete – und habe das **Hauptthema der Webseite** klar festgelegt. **Beispiel:** Life-Coaching



Ich kenne die **Nebenthemen** rund um „mein“ Hauptthema: So dass ich meinen Besuchern informative Inhalte mit echtem Mehrwert bieten kann.

Beispiele: Ängste überwinden, Blockaden lösen



Ich halte mich an die **Qualitätsrichtlinien von Google** und verzichte auf Überflüssiges, Tricks oder Täuschungen auf meiner Webseite.



Ich bin auch **lokal** mit meinem **Google Maps-Eintrag** gut auffindbar. Den Eintrag habe ich verifiziert und nutze alle Möglichkeiten für meine Unternehmensdarstellung dort - insbesondere die Kundenbewertungen.

WICHTIG:

Der Erfolg von Webseiten, die bei Google gut gefunden werden, liegt kurz gesagt in **qualitativ hochwertigem** - und nicht zu sparsamen! - Inhalt: Der dann innerhalb der Domain auch **gut strukturiert** und **gut ausgezeichnet** ist.

So, dass die Suchmaschine und auch die Besucher **gut verstehen**, worum es an welcher Stelle geht.

Und dass es sich dort um **relevanten Content** handelt, der ihre jeweilige **Suchanfrage** "beantwortet"!





Keywords - Teil I

- Ich habe die zu meinen Themen **passenden Keywords** recherchiert und verwende sie zielgerichtet.
[Mehr Informationen zur Keywordrecherche](#)
- Ich berücksichtige die **Suchintention** der User bei der Optimierung auf meine Keywords.
Hier findest Du mehr: [Infos zur Suchintention](#)
- Jede **Unterseite** meiner Website ist genau auf ein **Keyword** ausgerichtet.
- Ich habe mir einen **Überblick über die bisherigen Rankings** meiner Webseite zu „meinen“ Keywords verschafft.
ACHTUNG: Verwende Tools, nicht die normale Google-Suche dafür!
- Das jeweilige Keyword habe ich in einer „sprechenden“ URL verwendet und der **Hauptüberschrift** verwendet.
[Infos zur URL](#)





Keywords - Teil II

- Die **URLs** enthalten keine **Großbuchstaben, Umlaute** oder **Sonderzeichen**. Die einzelnen Wörter sind durch Bindestriche (nicht Unterstriche) getrennt.
- Die **Meta-Titel und Meta-Descriptions** enthalten ebenfalls das jeweilige Keyword für die Unterseite.
Hier findest Du mehr: [Meta-Titel](#) & [Meta-Descriptions](#)
- Die **Meta-Angaben** kommen jeweils nur einmal auf der Webseite vor; jede **Unterseite** hat einen **einzigartigen Titel** und eine einzigartige Beschreibung.
- Das **Snippet** (die Anzeige von Title und Description in den Suchergebnissen) ist informativ und „**klicksexy**“.





Content - Teil I

- Ich habe **informativen Inhalt** erstellt, wie er sonst so nirgendwo anders zu finden ist (**Unique Content**).
- Ich habe darauf geachtet, dass auch innerhalb meiner eigenen Webseite **keine Inhalte mehrfach** vorhanden sind (**kein Duplicate Content**).
- Meine Texte sind so lang wie für informativen Content nötig (kein sogenannter **Thin Content**).
- Es sind genügend Inhalte **„above the fold“** vorhanden; so dass der User auch **ohne Scrollen** gleich erkennen kann, wo er sich befindet.
- Meine Inhalte sind auf jeder Unterseite gut strukturiert: Mit **Zwischenüberschriften, Absätzen, Aufzählungen** – für ein leichtes Verständnis von User und Suchmaschine.





Content - Teil II



Auf jeder Unterseite wird genau eine **H1-Hauptüberschrift** verwendet – nicht mehr und nicht weniger. [Mehr Infos hier](#)



Ich habe sinnvolle **interne Weiterverlinkungen** im Content sowie **Call to Actions** eingesetzt: Um den User sinnvoll durch die Seite zu lenken. [Mehr Infos zu CTAs](#)



Ich achte auf eine kontinuierliche **Aktualisierung und Optimierung** meiner Inhalte.



Ich verwende Keywords in den **Bilddatei-Namen** und in der **Bild-Alternativ-Beschreibung** auf der Webseite: Wenn es Sinn macht. [Mehr Infos hier](#)





Verlinkungen



Ich habe meine **wichtigsten Unterseiten** am **stärksten** intern verlinkt.



Die **Ankertexte** der internen Links geben Auskunft über die Inhalte der Zielseite. [Mehr Infos zu Ankertexten](#)



Ich habe **ausgewählte externe Links** gesetzt: Und zwar ausschließlich auf relevante, weiterführende Informationen zu meinem eigenen Content und auf vertrauenswürdige Domains.



Technik - Teil I



KEINE SORGE:

In 99% aller Fälle ist **nicht die Technik schuld** daran, dass eine Website nicht gut bei Google rankt.

Es macht zwar sehr viel Sinn, sich auch um die folgenden Punkte wie Ladezeit etc. zu kümmern: Aber kümmere Dich **unbedingt hauptsächlich um die Inhalte** – das bringt Dir **wesentlich größeren Erfolg!**



Alle Seiten innerhalb meiner Website **laden schnell**. Ich überprüfe die **PageSpeed** regelmässig bzw. nach Erstellung neuer Inhalte. [Mehr Infos zu Pagespeed](#)



Meine Seite ist **mobil optimiert** und wird auf allen Endgeräten gut dargestellt; auch das habe ich mit entsprechenden **Tools** überprüft. [Mobile-Friendliness kannst du hier testen](#).



Die Webseite ist auf **HTTPS/SSL für eine sichere Datenübertragung** umgestellt.



Technik - Teil II



Ich habe die Webseite bei Google zur **Indexierung** eingereicht und überwache die **Performance** über die Google Search Console. [Hier zur Search Console](#)



Ich habe keine Unterseiten, die (unbeabsichtigt) **nicht indexierbar** oder **nicht crawlbar** für den Googlebot sind. [Mehr Infos zum Google Crawler](#)



In meiner Seite sind **keine Links auf nicht (mehr) existierende Linkziele** gesetzt – egal ob extern oder intern: D.h. es gibt keine 404-Fehler. [Mehr Infos zu 404 Fehlern](#)



Für alle verschobenen oder herausgenommenen Inhalte sind sinnvolle **301-Weiterleitungen** eingerichtet worden. [Mehr Infos zu Weiterleitungen](#)



HALLO, ICH BIN STEFANIE

SEO-Expertin und Online-Marketing-Consultant (IHK)

Ich zeige Dir, wie Du bei Google ganz vorne gefunden wirst:
Nämlich mit
Suchmaschinenoptimierung ohne Fachchinesisch, ohne Raketentechnik und ohne Hexenwerk.
Dafür mit den richtigen und wirklich **zielführenden Strategien**, die ich für meine Kunden seit Jahren erfolgreich anwende.



In den letzten 10 Jahren habe ich fast hundert SEO-Projekte direkt betreut, weit über tausend Websites analysiert und viele, viele Stunden **SEO-Coaching** gegeben. Seit 2 Jahren biete ich meinen **SEO-Online-Kurs** für all die Unternehmer*innen und Selbstständigen an, die ihre Webseite selbst erfolgreich nach vorne bringen wollen.



Auch **Deine Webseite** kann es ganz nach oben schaffen: Mit den richtigen Keywords und den richtigen "Hebeln", damit die Suchmaschine Deine Webseite versteht - und wertschätzen lernt.

Lass uns loslegen - für endlich **mehr Sichtbarkeit für Dich** und Deine Angebote bei Google: Damit Deine Kunden Dich finden!

 [@seoagentur_hamburg](https://www.instagram.com/seoagentur_hamburg)

 [webseitenoptimierung-hamburg.de](https://www.webseitenoptimierung-hamburg.de)