

Onpage-SEO-Checkliste

1 Was suchen Nutzende?

Wonach suchen deine Nutzenden, bevor sie deine Website besuchen? Kannst du ihre Suchintention mehr berücksichtigen?

Passende Keywords

Eine schnelle Keyword-Analyse liefert passende Haupt- und Neben-Keywords zur Anwendung.

3 SEO-freundliche URLs

Kurze, aussagekräftige und beschreibende URLs vermitteln auch schon Informationen.

Themenrecherche

Recherchiere W-Fragen und Such-Cluster rund um das Thema.

5 Titel & Meta-Beschreibung

Preise deinen Content schon im Snippet an.

Content, Content, Content

Wettbewerbsvorteil: Erstelle so informativen Content, dass deine Seite zur ersten Anlaufstelle für deine Nutzenden wird.

7 Textlänge

Richtlinie: So lang wie nötig, so kurz wie möglich!

Überschriften

Nutze schon beim Schreiben aussagekräftige Überschriften und halte dich an die HX-Deklaration.

9 Duplicate Content

Großes No-go: Doppelte Inhalte! Setze Canonical Tags.

Medieninhalte

Setze weitere Content-Formate ein, um deinen Content aufzuwerten und Nutzenden Mehrwert zu liefern.

11 Content-Aktualisierung

Aktualisiere deine Inhalte regelmäßig, um sie zu verbessern, zu vertiefen und noch relevanter zu machen.

Call to Action

Calls to Action führen Nutzende zu deinem/ihrem Ziel.

13 Interne Verlinkung

Erleichtere Nutzenden die Suche nach weiteren relevanten Inhalten mit internen Links und guten Ankertexten.

Externe Links

Sei sparsam: Binde nur wenige und wenn dann nur mehrwertbringende, externe Links in deine Texte ein.

15 Social buttons

Mach es leicht, deinen Content auf Social-Media-Plattformen zu teilen.

26 Monitoring

Tracke die Position der Haupt-Keywords deiner Seite, um deinen Erfolg zu messen und neue Maßnahmen abzuleiten.

VERGISS NICHT:
SEO ist ein fortlaufender Prozess.

SEO-Check 25

Ein finaler SEO-Check, um sicherzustellen, dass alles bereit ist.

24 Tracking Tools

Binde Google Analytics und die Search Console von Anfang an ein, damit du die richtigen Daten sammeln kannst.

Weiterleitungen 23

Falls Seiten abgeschafft wurden, Sorge dafür, dass alte URLs auf neue Seiten umgeleitet werden.

22 Search Console

Informiere Google, dass deine Website für die Indexierung fertig ist.

Lesbarkeit 21

Einen "Bildschirm zu lesen" ist anders als ein Buch. Optimierte Schriftart und -größe, nutze kurze Sätze, um deine Texte leicht(er) lesbar zu machen.

20 SSL-Verschlüsselung

Hauptsache Datensicherheit!

XML Sitemap 19

Mit einer XML Sitemap kann Google deine Website und Mediendateien leichter indexieren.

18 Fit für mobil

Egal ob mit Smartphone, Tablet oder Desktop: Deine Website sollte für den Zugriff von egal welchem Gerät optimiert sein.

Ladegeschwindigkeit 17

Je schneller deine Website lädt, desto schneller kommen Nutzende zu deinen Inhalten.

16 schema.org

Markiere deine Inhalte mit dem Structured Data Markup, um Google das Verständnis und die Darstellung zu erleichtern.