

Checkliste SEO-Onpage Optimierung

Vorwort

Die Wichtigkeit von Suchmaschinen-Sichtbarkeit für die Generierung von Traffic, Leads und Kunden ist unbestritten. Anders verhält es sich jedoch mit den Faktoren, die zu einem guten Suchmaschinen-Ranking bzw. vor dem Hintergrund der Marktdominanz von Google, zu einer guten Positionierung in den Google Suchergebnissen führen.

Mit dieser Checkliste möchten wir Ihnen bei der wichtigen Onpage-Optimierung Ihrer Website helfen. Diese muss heute als Pflicht für jedes erfolgreiche Unternehmen im Web gelten, denn auch wenn sie nicht zwangsläufig zu absoluten Top-Platzierungen führt: die Nicht-Erfüllung wird mit Sicherheit ein gutes Ranking verhindern.

Bitte beachten Sie, dass die Umsetzungsmöglichkeiten der nachfolgend genannten Faktoren teilweise auch von den eingesetzten Technologien abhängen. In der Masse sind sie jedoch allgemein gültig und können sowohl „von Hand“ wie auch mit guten Content Management Systemen umgesetzt werden.

Für Hintergrund-Informationen zu den einzelnen Punkten empfehlen wir Ihnen unser kostenloses Whitepaper „10 Praxistipps für die SEO-Onpage-Optimierung“. Dies finden Sie unter <http://www.contentxxl.de/wissen/ws/download/whitepaper-seo.aspx>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	1
Optimierung der Seitenladezeit	2
Meta-Daten optimieren	2
URLs optimieren.....	3
Architektur und interne Verlinkung optimieren	3
XML-Sitemap bereitstellen	4
Mobil-Freundlichkeit der Website	5
Optimierung des Inhalts	5
Vermeidung von Duplicated Content	6
Optimierung von Bildern und Videos	7
Über contentXXL	8

Optimierung der Seitenladezeit

- Statische Ressourcen komprimiert
- Serverseitiges Caching aktiviert
- Browserseitiges Caching aktiviert
- Unnötiges JavaScript entfernt
- JavaScript minifiziert (Komprimierung)
- JavaScript Dateien zusammengefasst (Konkatenation)
- .CSS optimiert / reduziert
- Bilddateien komprimiert (mindestens unter 50 KB)
- Weiterleitungsketten vermieden

Meta-Daten optimieren

- Title vorhanden
- Title einmalig
- Title enthält Keyword (vorne)
- Title und Seiteninhalt wurden inhaltlich abgestimmt
- Title in der richtigen Länge (10 – 55 Zeichen)
- Meta-Description vorhanden
- Meta-Description einmalig
- Meta-Description hat die richtige Länge (156 Zeichen)

- Meta-Description gibt den Inhalt der Seite wieder
- Meta-Description enthält Call-to-Action
- Meta Robots steht nicht auf "noindex"
- Google Site Verification Code für Search Console eingefügt

URLs optimieren

- Statische, sprechende URL verwendet
- Keyword in URL integriert
- URL kurz gehalten (möglichst unter 50 Zeichen)
- Wörter in der URL durch Bindestrich getrennt
- Füllwörter vermieden
- Sonderzeichen und Umlaute vermieden
- URL enthält keine Leerzeichen
- Eine einheitliche Schreibweise (Kleinbuchstaben) genutzt
- Keine oder wenige GET-Parameter in URL enthalten

Auf die Bedeutung der URL für Entstehung und Vermeidung von Duplicated Content wird an späterer Stelle gesondert eingegangen

Architektur und interne Verlinkung optimieren

- Maximal vier bis fünf Verzeichnisebenen
- Die wichtigsten Seiten mit einem Klick erreichbar
- Alle anderen Seiten mit maximal drei bis vier Klicks erreichbar
- Alle Seiten sind ausreichend verlinkt („verwaiste Seiten“ vermieden)
- Manuelle Links im Content gesetzt
- Ähnliche Inhalte untereinander verlinkt (Related Links)
- Breadcrumb – Navigation integriert
- Title-Attribut der Links genutzt
- Ankertexte auf Zielseite abgestimmt
- Keyword der Zielseite im Ankertext
- Link bzw. Erreichbarkeit der Zielseiten geprüft
- 301-Weiterleitungen für „umgezogene“ Seiten eingerichtet
- Ggf. Beziehungen mittels rel=“next“ (rel=“prev) gesetzt

XML-Sitemap bereitstellen

- XML Sitemap generiert
- Ggf. Zusatzinformationen (letzte Aktualisierung, Prioritäten) integriert
- Sitemap vor Einreichung auf Fehler getestet (Search Console)
- Sitemap über Search Console eingereicht
- Sitemap bei Änderungen aktualisiert

Ggf. eigene Sitemaps für Medien (Bilder, Videos) erstellt und eingereicht

Hinweis: Ein gutes Content Management System kann die XML-Sitemap automatisiert generieren und aktualisiert die Datei bei Änderungen bzw. neuen Seiten.

Mobil-Freundlichkeit der Website

Website auf Mobil-Freundlichkeit geprüft

Website kann auf allen Geräten gut genutzt werden

Darstellungsbereiche angepasst

Schrift, Links und Schaltflächen ausreichend groß

Wichtige Links als leicht klickbare Schaltflächen angeboten

Abstand zwischen Links und Schaltflächen ist ausreichend

Bedienkonzept überprüft (z.B. kein Mouse-over auf Touchscreens)

Ladezeit auch auf mobilen Geräten in Ordnung (sonst zurück zu Punkt 1)

Plugins (z.B. Flash, Silverlight) vermieden

Optimierung des Inhalts

Einzigartige Texte geschrieben

Haupt-Keyword in den Überschriften enthalten

Haupt-Keyword im Text enthalten

Synonyme genutzt

Mögliches Spam-Level ist bekannt und wurde beachtet

- Thema rund um das Keyword umfassend abgedeckt
- Proof-Terme im Text enthalten
- Text ist ausreichend lang (mind. 200 Zeichen, besser 500 – 800 Zeichen)
- Texte durch Überschriften H1 bis H6 gegliedert
- Überschrift H1 ist nur einmal auf der Seite vorhanden
- Überschriften haben die richtige Länge (10 bis 100 Zeichen)
- Texte sind mit Medien wie Bild und Video angereichert
- Inhalte (z.B. Adresse) mit strukturierten Daten ausgezeichnet
- Wichtige Inhalte stehen „above the fold“ (ohne Scrollen erreichbar)

Vermeidung von Duplicated Content

Hinweis: Duplicated Content entsteht, wenn (nahezu) identische Inhalte unter verschiedenen URLs aufgerufen werden können. Dies gilt es durch entsprechende Einstellungen am Server, Angaben in der .htaccess, durch 301-Weiterleitungen oder durch die Verwendung eines Canonical Tags zu behandeln. Dabei sind die genannten Maßnahmen größtenteils alternativ verwendbar.

Nähere Informationen hierzu finden Sie in unserem Whitepaper.

- URL in internen Links einheitlich geschrieben (Kleinbuchstaben)
- Aufruf mit Großbuchstaben durch Servereinstellungen behandelt
- Einheitlicher Aufruf mit oder ohne Trailing-Slash (hinter Ordnern üblich)
- Bevorzugte Domain in Google Search Console angegeben (mit/ohne www.)
- Ergänzend bzw. alternativ 301-Weiterleitung eingerichtet

Kanonische URL (Canonical Tag) gesetzt

Für Profis: Behandlung von Parametern in Search Console eingestellt

Optimierung von Bildern und Videos

Dateigrößen von Bildern unter 50 KB

Alt-Tag für Bilder vergeben

Title für Bilder vergeben

Ggf. Bildunterschrift mit Keyword genutzt

Aussagekräftige Dateinamen inkl. Keyword vergeben

Sinnvolle Bezeichnung für Bilder-Ordner gewählt

Bearbeitung / Optimierung der Exif-Daten (Relevanz umstritten)

Videos nach [Schema.org](https://schema.org) ausgezeichnet

Video Thumbnail genutzt

Video sinnvoll benannt

Über contentXXL

Die contentXXL GmbH ist seit über 10 Jahren erfolgreicher Anbieter im Bereich der Content Management Systeme für Microsoft Server. Das gleichnamige CMS wird weltweit von namhaften Unternehmen aller Branchen für Aufbau und Pflege dynamischer Webseiten sowie Intranet- und Extranet-Portale eingesetzt.

Das CMS bietet unter anderem zahlreiche Einstellungen und Funktionen zur SEO Optimierung, wie z.B. Minifizierung von Skripten, intelligentes Page Caching, sprechende URLs, zahlreiche Module zur Verbesserung der internen Verlinkung, Canonical Tag, zahlreiche Einstellungen zu Meta-Daten u.v.m. Funktionen zur Textoptimierung sind optional erhältlich.

Alle oben genannten Bereiche können mit dem contentXXL CMS optimiert werden:

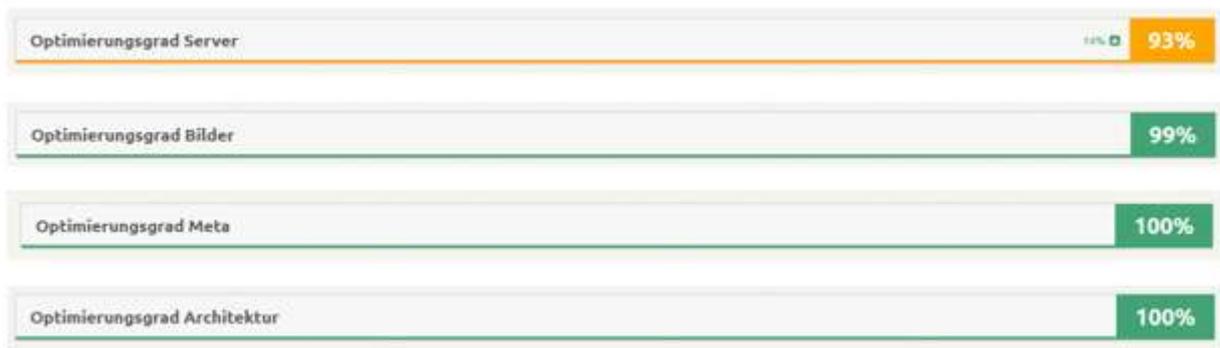


Abbildung: XOVI-Auswertung für www.contentxxl.de – erstellt mit dem contentXXL asp.net CMS

Die wichtigsten Einstellungen lassen sich ganz einfach durch den Redakteur vornehmen. Ohne Programmierkenntnisse und Expertenwissen erreichen Sie so schnell und einfach einen hohen Optimierungsgrad Ihrer Website. Bei Fragen zur Umsetzung stehen wir unseren Kunden zudem hilfreich zur Seite.

Mehr Informationen auf unserer Website: www.contentxxl.de/seo-cms.aspx