

Checkliste Allgemeines

Prüfen Sie in diesem Abschnitt zunächst allgemeine Themen zu Ihrer Website. Prüfen Sie am besten gleich mit einem SEO-Tool.

- 1 Kann mein Internetauftritt nur mit oder ohne www aufgerufen werden und nicht sowohl als auch?
Die Prüfung erfolgt durch die Eingabe der Adresse im Browser
- 2 Wird meine Website schnell genug geladen?
Prüfung der Ladezeiten mit Google PageSpeed. Liegen Ladezeitenprobleme vor? Bitte die Fehlerbeschreibung auf PageSpeed beachten und die Fehler möglichst ausbessern.
- 3 Kann Google alle Seiten meines Internetauftritts indexieren?
Wie teste ich das denn? Über das Plug-In Yoast SEO! Eine sehr wichtige Prüfung. Klappt diese Prüfung nicht, muss der Fehler zuerst gefunden und behoben werden.
- 4 Wird das Canonical Tag verwendet, damit Seiten mit Pagination, Blättern usw. nicht mehr zu doppeltem Content führen können?
Installation von Yoast SEO und Prüfen der Seiten auf Canonical Tags.
- 5 Gibt es eine Sitemap und wurde sie in den Webmaster Tools hochgeladen?
Die Prüfung, ob die Sitemap eingebunden ist, erfolgt durch Google Analytics. Falls nicht, erstellen Sie bitte eine und laden sie hoch.
- 6 Sind meine Kontaktdaten auf allen Seiten leicht zu finden?
Rechtliche Hinweise sind wichtig. Prüfen Sie, ob ein Impressum und alle anderen rechtlichen Texte vorhanden sind.

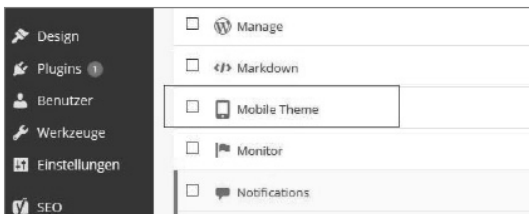


Bild 2.45:
Aktivierung der Mobile-Theme-Einstellungen in Jetpack

- 7 Ist mein Internetauftritt responsive, also für mobile Endgeräte angepasst?
Prüfen Sie die Webseite auf allen mobilen Geräten, die Sie in die Finger bekommen können, auf die Sichtbarkeit der Designelemente.
Das Plug-In Jetpack bietet die Möglichkeit, auch nicht mobiloptimierte Geräte

responsive darzustellen. Gehen Sie hierzu auf das Menü *Einstellungen/Mobile Theme* und aktivieren Sie es.

- 8 Lassen sich auch Formulare mit mobilen Endgeräten einfach bedienen?
Der Test erfolgt über ein mobiles Endgerät. Was ist zu tun, wenn kein Formular aufrufbar ist? Möglicherweise ist das Textfeld falsch formatiert. Der Name des Feldes muss phone oder ähnlich lauten. Versuchen Sie es, indem Sie in Jetpack auf die mobile Version umschalten. Klicken Sie dazu auf das Menü *Jetpack/Einstellungen/Mobile Theme*. Anschließend prüfen Sie die Ansicht auf einem Handy oder Tablet erneut.
- 9 Ist meine Rufnummer auf mobilen Endgeräten direkt anwählbar?
Der Test erfolgt natürlich über ein mobiles Endgerät. Wie unter (8.) bitte auf *Mobile Theme* umschalten.
- 10 Halte ich Links als Schaltflächen zu den wichtigsten Inhalten bereit, damit mobile Nutzer diese leichter bedienen können?
- 11 Funktionieren alle Links auf meiner Website?
Testen Sie dies mit dem Plug-In Broken Link Checker und leiten Sie die Links gegebenenfalls um oder erstellen Sie eine Routine, wie mit Broken Links umzugehen ist. Fehlerhafte Links (404-Meldungen) können Sie mit dem Plug-In *redirection* bearbeiten. Im Fall der Fälle wird eine fehlerhafte Seite auf eine andere weitergeleitet.
- 12 Gibt es eine 301-Weiterleitung, wenn Inhalte zu einer anderen URL umgezogen sind?
Bitte mit Broken Link Checker prüfen und gegebenenfalls umleiten.
- 13 Achte ich darauf, dass Besucher nicht unnötig auf eine 404-Seite auf meiner Website geleitet werden?
Siehe Plug-In „Redirection“.
- 14 Entsprechen das HTML und das CSS modernen Standards nach W3C?

Checkliste Suchbegriffe

In diesem Bereich dreht sich alles rund um Ihre Suchbegriffe. Prüfen Sie, ob Sie alle Optionen zur Optimierung ausgeschöpft haben.

- 1 Ist auf meinen Seiten immer mindestens eine H1-Überschrift enthalten?

Geben Sie Überschriften eine H-Formatierung. Die Überschriften der Beiträge und der Seiten stehen automatisch in einem H-Tag. Überschriften, die Sie selbst als Inhalte einfügen, müssen Sie selbst formatieren.

Beispiel:

```
<h2>Yogakurse für Kinder</h2>
<h2>Yoga – kaufen sie vegan bei uns ein</h2>
<h2>Yoga für Senioren</h2>
<h2>Yoga – eine kurze Einführung</h2>
```

2 Gibt es für jede Unterseite einen einzigartigen Titel?

Denken Sie daran, in jeden Titel ein Keyword zu packen.

3 Gibt es für jede Unterseite einen einzigartigen Beschreibungstext?

Sehr wichtig bei Shops: Betonен Sie Ihre Einzigartigkeit, denn Sie sind der Blogger bzw. der Verkäufer. Achten Sie darauf, dass das Keyword im Beschreibungstext vorkommt.

4 Liegt der Fokus bei jeder Unterseite auf jeweils einem festgelegten Suchbegriff?

5 Ist der Suchbegriff bei jeder Unterseite in der Hauptüberschrift enthalten?

6 Ist der Suchbegriff bei jeder Unterseite im ersten Abschnitt enthalten?

7 Ist der Suchbegriff im Dateinamen meiner Bilder enthalten?

Wenn das Keyword im Titel und im Beschreibungstext vorhanden ist, wird der Titel zum Namen des Bildes auf der Seite. Dazu verwenden Sie das Plug-In *SEO Image Tags*.

8 Wird bei Bildern ein Titel verwendet und enthält dieser den Suchbegriff?

Siehe *SEO Image Tags*.

9 Wird bei Bildern ein alternativer Text verwendet und enthält dieser den Suchbegriff?

Neben der Möglichkeit, das Plug-In *SEO Images Tags* für Sie arbeiten zu lassen, können Sie auch selbst Alternativtext eingeben. Das Beschreibungsfeld füllt das Plug-In *SEO Image Tags* nicht aus. Beides, der Alternativtext und die Beschreibung, sind wichtige SEO-relevante Angaben. Investieren Sie etwas Zeit dafür.

10 Gibt es zu meinen Bildern eine Beschreibung und enthält diese den Suchbegriff?

In der Beschreibung für ein Bild sollte ein Keyword enthalten sein.

11 Ist der Titel zu meinen Bildern jeweils einzigartig?

Siehe Punkt (9.)

Dateiname: nartu_koerperoil-1.jpg
 Dateiformat: image/jpeg
 Hochgeladen am: 7. April 2016
 Dateigröße: 26 kB
 Abmessungen: 125 × 297

URL:

Titel:

Bildunterschrift:

Alternativtext:

Beschreibung:

Hochgeladen von: yogastuff

Slide link:

Shortcodes Ultimate
 Use this field to add custom links to slides used with Slider, Carousel and Custom Gallery shortcodes

Bild 2.46: Angabe von zusätzlichem Text in den Bildeigenschaften

12 Ist der alternative Text zu meinen Bildern jeweils einzigartig?

Siehe Punkt (9.)

13 Ist der beschreibende Text zu meinen Bildern jeweils einzigartig?

Siehe Punkt (9.)

14 Sind Bilder, die nur zu Designzwecken verwendet werden, mit einem leeren ALT-Attribut ausgezeichnet?

Siehe Punkt (9.)

Checkliste Zielgruppe

Nur wenn Sie Ihre Ziele und Zielgruppe genau kennen, werden Sie auf Dauer erfolgreich sein. Passt mein Angebot zur Zielgruppe? Sind die Texte und die Anrede passend für mein Publikum?

- 1 Bin ich mir genau darüber im Klaren, welche Ziele ich mit meiner Website verfolge?
- 2 Habe ich diese Ziele quantitativ und somit messbar definiert?
- 3 Weiß ich genau, mit welcher Zielgruppe ich es zu tun habe?
- 4 Habe ich das Verhalten dieser Zielgruppe analysiert?
- 5 Ist mein Internetauftritt auf diese Zielgruppe optimiert und steht sie im Einklang mit meinen Zielen?

- 6 Nutze ich Mittel, mit denen ich prüfe, ob und in welchem Maße meine Ziele erreicht werden?

Checkliste Backlinks

Auch heute noch sind Backlinks ein wichtiges Signal für Google und zeigen an, wie wichtig Ihr Internetauftritt ist.

- 1 Nehme ich aktiv Einfluss auf die Entwicklung von Backlinks zu meiner Website?
- 2 Gibt es Backlinks von externen Seiten, die auch meine wichtigsten Themen behandeln?
- 3 Verlinken externe Seiten auf thematisch passende Unterseiten, oder wird immer nur auf meine Startseite verlinkt?
- 4 Befinden sich diese Backlinks im Haupttext der linkgebenden Seiten?
- 5 Prüfe ich die Art der Backlinks und erkläre sie im Disavow-Tool von Google gegebenenfalls für ungültig, damit meine Website nicht abgewertet wird?
- 6 Gibt es auch Nofollow-Links zu meiner Website?

Siehe den Abschnitt 2.12 „Was ist Follow/NoFollow?“.

Checkliste Besucherverhalten

- 1 Analysieren Sie, inwieweit Sie darüber informiert sind, wie sich Besucher auf Ihrer Website verhalten.

Verwenden Sie Google Analytics, um das Besucherverhalten zu verstehen. Mehr zu Google in Kapitel 6.

- 2 Gibt es auf meinem Internetauftritt eine Suchmaske?

Standardmäßig ist in WordPress eine Suche integriert.

- 3 Weiß ich, welche Seiten von meinen Besuchern am häufigsten aufgerufen werden, und warum das so ist?

Mehr zu Google in Kapitel 6.

- 4 Weiß ich, von welchen Seiten meine Besucher am häufigsten abspringen, und warum sie das tun?

Mehr zu Google in Kapitel 6.

- 5 Weiß ich, auf welchen Seiten sich meine Besucher am längsten aufhalten, und warum sie das tun?

Siehe Google Analytics in Kapitel 6.

Checkliste Empfehlungen

❶ Profitieren Sie von Empfehlungen zu Ihrem Unternehmen im Netz und prüfen Sie, wo noch Optimierungsbedarf besteht.

❷ Weiß ich, wie über mein Unternehmen im Netz gesprochen wird?

Durchsuchen Sie das Internet nach Ihrem Unternehmen auf schlechte Kritik. Falls Sie fündig werden, versuchen Sie zu schlichten und lassen Sie die Kritik entfernen.

❸ Kenne ich die Bewertungsportale, in denen mein Unternehmen vertreten ist?

Die Antwort können nur Sie liefern.

❹ Ist mir die Bedeutung von Bewertungsportalen unter SEO-Aspekten bewusst?

Bewertungsportale und Webverzeichnisse, Kataloge und Verkaufsplattformen sind Quellen für gute Backlinks.

❺ Habe ich die einzelnen Auftritte in Bewertungsportalen zu meinem Unternehmen beansprucht, damit ich ...

a) ... diese Auftritte mit relevanten Informationen anreichern kann (Bilder, relevante Suchbegriffe, Hinweise, Tipps usw.)?

b) ... bei Bedarf rechtzeitig auf Kommentare reagieren kann?

❻ Verfolge ich eine Strategie, wie ich Nutzer dazu bewegen kann, Bewertungen über mein Unternehmen abzugeben?

❼ Informiere ich meine potenziellen Kunden über neue Bewertungen?

❽ Sind die Einträge zu meinem Unternehmen in den für mich wichtigsten Bewertungsportalen in meinen Internetauftritt eingebunden?

Checkliste Inhalte

Inhalte sind das Herzstück Ihres Internetauftritts. Mit diesen Fragen klären Sie, ob Ihre Inhalte einzigartig und optimiert sind:

❶ Liefert mein Internetauftritt genau die richtigen Antworten für meine Besucher?

Natürlich ist der Punkt selbstverständlich, hängt aber sehr stark von der Webseite selbst ab.

❷ Kann ich davon ausgehen, dass ein neuer Besucher direkt weiß, womit er es auf meiner Website zu tun hat?

❸ Publiziere ich regelmäßig neue Inhalte zu meinen wichtigsten Suchbegriffen?

- ④ Plane ich neue Inhalte über einen Redaktionsplan, damit ich genau weiß, wann welche Inhalte am besten publiziert werden?
- ⑤ Gibt es für alle wichtigen Suchbegriffe eine passende Seite mit Verlinkung in der Navigation?
- ⑥ Sind meine Texte einzigartig und liefern sie Mehrwert für meine Besucher?

Kopieren Sie keine Texte von anderen Seiten. Schreiben Sie selbst und bleiben Sie der Autor Ihres Inhalts.

- ⑦ Sind meine Texte auf die Sprache meiner Zielgruppe abgestimmt?

Wählen Sie ausschließlich die „Du“-Form oder die „Sie“-Form für die Elemente Ihrer Webseite und Ihren Text. WordPress kann entsprechend einstellen. Unter *Einstellungen/Allgemein* können Sie die Umstellung vornehmen.

Bieten Sie Text auch für Leser in einem anderem Land in einer anderen Sprache an? Verwenden Sie dazu das Plug-In hreflang oder installieren Sie ein Sprachen-Plug-In wie WPML oder Polylang. Letzteres ist kostenlos.

- ⑨ Konzentrieren sich meine Texte jeweils auf ein wichtiges Keyword?

Tatsächlich liegt der Fokus auf einem einzigen Keyword. In Yoast SEO können Sie ein Keyword festlegen und mit den Begriffen spielen und sie ausprobieren. Ein Keyword ist nur dann sinnvoll, wenn auch genug Inhalt da ist. Das Keyword bezieht sich zum einen auf den Titel und zum anderen auf die Beschreibung der Webseite.

- ⑩ Verweise ich in meinen Texten auf weiterführende Informationen, indem ich sie intern miteinander verlinke?
- ⑪ Verweise ich in meinen Texten auf weiterführende Informationen und verlinke dazu auch zu externen Webseiten?
- ⑫ Achte ich in meinen Texten darauf, dass ich für Menschen schreibe und nicht nur für Suchmaschinen?
- ⑬ Biete ich meinen Besuchern Anreize, meine Website erneut zu besuchen?
- ⑭ Erstelle ich Inhalte, z. B. Infografiken, die meine Besucher animieren, sie mit anderen zu teilen?

Eine gute Idee. Versuchen Sie Social-Media-Teilen-Schaltflächen auf jede wichtige Seite zu platzieren.

- ⑮ Verwende ich einzelne Bilder mehrfach auf meiner Website, um damit ihre Bedeutung zu unterstreichen?

- 16 Achte ich darauf, dass mein Suchbegriff nicht zu oft auf einer Seite vorkommt?
- 17 Weiß ich überhaupt, welche Inhalte die Besucher meiner Website interessieren?
Das ist messbar mit Google Analytics.

Checkliste Social Media

- 1 Interaktionen zu Ihrem Unternehmen über Social Media werden als Korrelation zur Sichtbarkeit in Suchergebnissen gewertet.
- 2 Lassen sich meine Ziele durch den Einsatz von Social Media verwirklichen?
- 3 Weiß ich, in welchen Social Media sich meine Zielgruppe aufhält?
- 4 Bin ich mit einem eigenen Auftritt in den Social Media vertreten, in denen sich auch meine Zielgruppe aufhält?
- 5 Nutze ich einen eigenen Google-Kanal und achte ich auf die speziellen Möglichkeiten, die mir YouTube im Hinblick auf SEO bietet?
- 6 Enthalten meine Auftritte in Social Media alle relevanten Angaben zu meinem Unternehmen?
- 7 Sind in den relevanten Angaben auch meine wichtigsten Suchbegriffe enthalten?
- 8 Ist die Schreibweise zu meinem Unternehmen überall identisch?
- 9 Verfolge ich eine Strategie zum Bespielen der einzelnen Kanäle und nutze ich dabei die für mich wichtigsten Suchbegriffe?
- 10 Nutze ich Hashtags im Umgang mit Social Media zu wichtigen Suchbegriffen, um damit die Sichtbarkeit zu erhöhen?

Siehe den Abschnitt „4.7 Hashtags“ ab Seite 131.

- 11 Sind meine Social-Media-Auftritte auf meiner Website gut sichtbar platziert?

Social-Media-Plug-Ins für WordPress und WooCommerce bieten in der Regel eine bestimmte Position im Theme an. Sehr einfach zu konfigurieren.

- 12 Sind sie so platziert, dass Besucher animiert werden, meinen Auftritten in Social Media zu folgen?
- 13 Teile ich Inhalte von meiner Website mit meinen Auftritten in Social Media und nutze ich für jeden Kanal eine jeweils passende Ansprache?
- 14 Sind die Inhalte auf meiner Website so aufbereitet, dass meine Besucher motiviert werden, mit ihnen zu interagieren und sie mit ihrem Umfeld in Social Media zu teilen?

Checkliste Lokale Websites

- 1 Gerade für lokale Websites ist es von besonderer Bedeutung, dass sie in verschiedenen Ortsverzeichnissen und Plattformen gefunden werden.

Was ist ein Ortsverzeichnis? Zum Beispiel die Gelben Seiten. Sie können Ihre Webseite dort eintragen lassen. Diese Dienste sind wahrscheinlich nicht kostenlos.

- 2 Sind der Ort und die Postleitzahl auf allen Seiten meines Internetauftritts angegeben?

Vernachlässigen Sie nicht das Impressum und andere rechtliche Aspekte. Unter Umständen werden Sie abgemahnt. Platzieren Sie Ihre Kontaktdaten auf der Seite ruhig häufiger.

- 3 Sind auf meiner Website Öffnungszeiten angegeben und sind diese einfach zu finden?

Geben Sie Öffnungszeiten gegebenenfalls auch im Impressum an.

- 4 Wird meine Website unter Angabe des Ortes und des wichtigsten Suchbegriffes bei Google gefunden?

Voraussetzung ist ein Google+-Konto und die Einrichtung von Google Places.

- 5 Landet meine Website unter Angabe des Ortes und des wichtigsten Suchbegriffes auf den vorderen Plätzen bei Google?

Voraussetzung ist ein Google+-Konto und die Einrichtung von Google Places.

- 6 Wird meine Website zu lokalen Suchanfragen in der One-Box auf der Startseite angezeigt?

Die One-Box ist das kleine Fenster rechts neben den Suchergebnissen. Überprüfen Sie gegebenenfalls die Einrichtung von Google Places

- 7 Bin ich mit meinem Internetauftritt in lokalen Verzeichnissen und Plattformen vertreten, die eine lokale Suche anbieten? (z. B. Facebook-Orte, Google-Local, Yelp usw.)

Haben Sie die Webseite in alle wichtigen Kataloge und Verzeichnisse eingetragen?

- 8 Beinhalten die Auftritte in diesen Plattformen alle relevanten Angaben zu meinem Geschäft? (z. B. Öffnungszeiten, Anschrift, spezielle Angebote usw.).

Siehe „2.32 SEO-Faktor „Rechtliche Angaben““ ab Seite 92.

Checkliste Rechtliche Aspekte

- 1 Zwar stehen rechtliche Aspekte nicht in direktem Zusammenhang mit SEO. Doch lohnt sich der Check, zumal die Einhaltung von Vorgaben für Vertrauen bei Ihren Besuchern sorgt.

Rechtliche Texte und Funktionen (vor allem bei Shops) in regelmäßigen Abständen prüfen.

- 2 Befindet sich auf meiner Website ein Impressum, das von allen Unterseiten nach spätestens zwei Klicks aufgerufen werden kann?

Platzieren Sie den Link zum Impressum auf der Startseite, am besten unten im Footer.

- 3 Beinhaltet das Impressum alle relevanten Angaben inklusive der für meine Branche speziell vorgeschriebenen Informationen?

Siehe „2.32 SEO-Faktor „Rechtliche Angaben““ ab Seite 92.

- 4 Gibt es eine eigene Seite für die Datenschutzerklärung?

Siehe „2.32 SEO-Faktor „Rechtliche Angaben““ ab Seite 92.

- 5 Weiß ich, ob in der Datenschutzerklärung alle relevanten Informationen enthalten sind?

Orientieren Sie sich an anderen ähnlichen Webseiten oder suchen Sie im Internet nach einer Lösung dafür. Um ganz sicherzugehen, konsultieren Sie einen Anwalt. Rechtliche Texte werden auch für wenig Geld im Internet angeboten.

- 6 Verfüge ich über die Rechte an den auf meiner Website verwendeten Bildern?

Ein ganz wichtiges Thema. Verwenden Sie auf keinen Fall Bilder von anderen. Nehmen Sie etwas Geld in die Hand und werden Sie Kunde bei Fotolia oder einem ähnlichen Anbieter.

- 7 Verfüge ich über Social-Media-Lizenzen für Bilder, damit ich diese auch in meinen Social-Media-Auftritten verwenden darf?

Diesen Punkt können Sie abhaken, wenn alle Bilder in Ordnung sind.

- 8 Halte ich mich regelmäßig über die aktuelle Rechtsprechung auf dem Laufenden?

Auch dafür gibt es Plug-Ins und Dienste, allesamt nicht billig. Achten Sie einfach auf die neuesten Meldungen im Dashboard oder auf der deutschen WordPress-Webseite.