

Die große SEO-Checkliste

webinale

Konzept und Text: Julia Dombrowe

HTTP Status Codes	
200	OK/Success
301	Permanent Redirect
302	Found/Temporary Redirect
404	Not Found
410	Gone (permanently removed)
500	Server Error
503	Unavailable

Canonical Tag	
<ul style="list-style-type: none">Verwendung des Canonical Tags, um doppelte Inhalte zu kennzeichnen.Kanonische Seite = Original	
Die kanonische Seite weist mit einem Self-Canonical auf sich selbst. Alle Duplikate weisen mit einem Canonical Tag auf den kanonischen URL.	Integration im <i><head></i>
<i>https://www.domain.de/original</i>	<code><link rel="canonical" href="https://www.domain.de/original/" /></code>
<i>https://www.domain.de/duplicat1</i>	<code><link rel="canonical" href="https://www.domain.de/original/" /></code>
<i>https://www.domain.de/original?parameter=123</i>	<code><link rel="canonical" href="https://www.domain.de/original/" /></code>
Hinweise: <ul style="list-style-type: none">Absolute URLs verwendenExakte Bezeichnung der URLsDarf nur auf eine gültige URL verweisen (Statuscode 200)Nicht in der Pagination nutzenVerwendung eines Self-Canonicals ist sinnvoll Achtung: Der Canonical Tag ist eine alternative Lösung für doppelte Inhalte, die nicht weitergeleitet werden können.	

HTML Title	
<ul style="list-style-type: none">Wichtiger RankingfaktorWird in den Suchergebnissen angezeigtSollte auf der kompletten Website einmalig sein	Integration im <i><head></i> Orientierungswert: 50-70 Zeichen
	<code><title>Dies ist der HTML-Title</title></code>
Meta Description	
<ul style="list-style-type: none">Steuerung der Indexierung von Seiten in den Suchergebnissen.Noindex-URLs sollten nicht in der Robots.txt geblockt werden, da die Suchmaschine sie crawlen muss um den Meta-Robots-Tag zu berücksichtigen.	Integration im <i><head></i> Orientierungswert: 140-155 Zeichen
	<code><meta name="description" content="Dies ist die Meta-Description"></code>

Robots-Angaben	
Meta Robots Tag	
<ul style="list-style-type: none">Steuerung der Indexierung von Seiten in den SuchergebnissenNoindex-URLs sollten nicht in der Robots.txt geblockt werden, da die Suchmaschine sie crawlen muss, um den Meta Robots Tag zu berücksichtigen	Integration im <i><head></i>
<ul style="list-style-type: none">Noindex: Seite wird nicht indexiertNofollow: Suchmaschinen-Bot wird nicht die internen Links der Seite crawlenNoarchive: Cache wird nicht angezeigtDie Parameter sind kombinierbarWenn kein Meta Robots Tag gesetzt ist, ist der URL automatisch <i>index, follow</i>	<code><meta name="robots" content="noindex, follow" /></code>
X Robots Tag	
Alternativ zum Meta Robots Tag	Integration im HTTP-Header
	X-Robots-Tag: <code>noindex</code>
Tooltipp	https://de.ryte.com/free-tools/robots-txt/
Robots.txt	
	https://www.deptagency.com/robots.txt
Über ein Disallow in der Robots.txt wird dem User Agent das Crawling des angegebenen Bereichs verboten.	User-agent: Googlebot Disallow: /nogooglebot/ Sitemap: https://domain.de/sitemap.xml
Allen Robots wird das Crawling der kompletten Website untersagt. Dennoch können diese URLs (ohne gecrawlten Inhalt) von Google indexiert werden.	User-agent: * Disallow: /
Alle Robots dürfen die komplette Website crawlen.	User-agent: * Disallow:

Sprachvarianten	
Sprachvariationen geben die Möglichkeit, Nutzern die Inhalte der Website in der gewünschten Sprache wiederzugeben. Hreflang unterstützt bei der richtigen Zuordnung.	Integration im <i><head></i>
Dokumentensprache definieren. Dient der Sprachausgabe und der Voice Search.	<code><html lang="de"></code>
Mögliche URL-Struktur für Länder- und Sprachvariationen	ccTLDs: domain.de, nl, com, uk.co Subdirectories mit gTLDs: domain.com/de Subdomain with gTLDs: de.domain.com/ (am wenigsten präferierte Version der Themen-/Sprachunterscheidung)
rel="alternate" hreflang=x Als Standardeinstellung für alle nicht vorhandenen Länder oder Nutzer, die keinem Land zugeordnet werden können.	<code><link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://domain.com/" /></code>
Definiert Sprache	<code><link rel="alternate" hreflang="de" href="https://domain.com/de/" /></code>
Definiert Sprache und Land	<code><link rel="alternate" hreflang="de-DE" href="https://domain.com/de-de/" /></code>
Weitere Sprachcodes	https://de.wikipedia.org/wiki/ISO-3166-1-Kodierliste

Interne Verlinkungen	
Einbindung einer guten internen Linkstruktur hilft dem Nutzer bei der Navigation über die Website. Unterstützt den Suchmaschinen-Bot beim Crawling, die Inhalte durch Link, Ankertext und Häufigkeit besser zu verstehen und zu bewerten.	<code>Ankertext</code>
Interne Links nicht auf „nofollow“ setzen.	Bei einem internen „nofollow“-Link wird der Linkjuice nicht weitergegeben.
Pagination	
Optimal ist es, wenn die Vielzahl der Blätterseiten mit wenigen Klicks von der ursprünglichen Seite erreichbar, aber gleichzeitig die Anzahl der internen Links so gering wie möglich ist. Ab Seite zwei sollten alle Blätterseiten mit dem Meta Robots Tag „noindex,follow“ gekennzeichnet sein. Self-Canonical für alle Blätterseiten.	Hinsichtlich Paginationssysteme eignen sich am besten die logarithmische Pagination und die Ghost Block Pagination.
Guide zur Pagination	https://audisto.com/insights/guides/
Externe Verlinkung	
Verlinkt als Follow-Link	<code>Anker Text</code>
Weitere Verlinkungen für Werbung, Kommentare und Sonstiges	https://support.google.com/webmasters/answer/96569?hl=de

Bilder	
Dateigröße	150 kB Bevor die Datei hochgeladen wird, sollte sie komprimiert werden.
Dateiformat	Standard: JPG, JPEG, PNG, GIF Zukunftsformate: FLIF, HEIF, WebP (Hier sollte mit Fallbacks gearbeitet werden, da nicht jeder Browser diese anzeigt)
Dateiname	Sprechender Dateiname mit Keyword Relevant für Ranking in der Bildersuche Beispiel: <code>keyword_ansicht_format_größe.dateiformat</code>
Bildgröße	Mindestens 300 Pixel im Hoch- oder Querformat
Bildquelle	Beim Bild-URL eine thematisch relevante Ordnerstruktur nutzen: www.domain.de/essen/suppe/dateiname.jpg
ALT-Attribut	Pflichtattribut Wird bei Problemen mit der Bilderdarstellung angezeigt. Sollte den Inhalt des Bildes wiedergeben.
Title Tag	Dient der Verbesserung der Usability und des Rankings. Sollte ein relevantes Keyword enthalten.
Einbindung von Bildern	<code></code>
Einbindung von Bildern mit Verlinkung	<code></code>
Anmerkungen	Responsive Bilder helfen bei der Darstellung auf unterschiedlichen Bildschirmgrößen. Die Angaben „height“ und „width“ sollten Pflicht sein.

URLs	
https://www.domain.de/bereich/kategorie/artikel.html?flag=1#top	
Protokoll	https://
Subdomain	www.
Domain	domain.de
Hostname	www.domain.de
Top Level Domain	.de
Verzeichnis	/bereich/kategorie/
Dateiname	artikel.html
Parameter	?flag=1
Anker	#top
<ul style="list-style-type: none">Für URLs möglichst nur ASCII-Zeichen verwendenUmlaute vermeiden, da sie encodiert werden müssenSprechende und merkbare URLs inklusive Keywords verwendenJeder URL ist ein Unikat. Unterschiedliche Schreibweisen erschaffen neue URLs. Es sollte daher darauf geachtet werden, eine einheitliche URL-Struktur zu haben. (Alles in Kleinbuchstaben, immer einheitlich mit und/oder ohne Trailinglash am Ende usw.)	
Empfehlung: Mit Verzeichnisstruktur in URLs arbeiten <ul style="list-style-type: none">Deutliches Signal an Nutzer und Suchmaschinen über die SeitenstrukturBessere Analyse- und Auswertungsmöglichkeiten	https://www.domain.de/kategorie/unterkategorie/artikel/

XML-Sitemap	
<ul style="list-style-type: none">Maximal 50 000 URLs und maximal 50 MB. Werden diese Richtlinien überschritten, werden mehrere Sitemap-Dateien notwendigDient der Suchmaschine dazu, alle URLs der Website zu vermittelnKann die Indexierung von Unterseiten begünstigenTypische Sitemaps: URLs, Bilder, News, Videos Achtung: Nicht vergessen, die Sitemap in der Google Search Console zu hinterlegen. Wenn die Website per SSL erreichbar ist, auch die Sitemap URLs mit https angeben, um unnötige Redirects zu vermeiden.	https://www.domain.de/sitemap.xml
	<pre><?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?> <urlset xmlns="https://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"> <url> <loc>https://www.example.com/foo.html</loc> <lastmod>2020-02-15</lastmod> </url> </urlset></pre>
XML-Sitemap-Indexdateien	
	Gruppierung mehrerer Sitemap-Dateien
	<pre><?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?> <?xmlindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"> <sitemap> <loc>https://www.example.com/sitemap1.xml.gz</loc> <lastmod>2004-10-01T18:23:17+00:00</lastmod> </sitemap> <sitemap> <loc>https://www.example.com/sitemap2.xml.gz</loc> <lastmod>2020-02-15</lastmod> </sitemap> </sitemapindex></pre>
Zusammenfassung der Dateien und Verweise auf aktuellen Protokollstand.	<code><urlset></code>
Tag für einzelne URL-Einträge.	<code><url></code>
URL der Seite, muss mit dem Protokoll des URLs beginnen. Maximal 2048 Zeichen.	<code><loc></code>
Verweist auf das letzte Änderungsdatum der Datei.	<code><lastmod></code>
Gibt die Häufigkeit an, mit der sich die Seite voraussichtlich ändern wird.	<code><changefreq></code>
Priorisierung des URLs. Wert zwischen 0,0 und 1,0, wobei 1,0 die höchste Priorität darstellt.	<code><priority></code>
Weitere Informationen	https://www.sitemaps.org/de/protocol.html

Strukturierte Daten	
Auszeichnung strukturierter Daten kann ein Featured Snippet oder ein Rich Snippet in den Suchergebnissen begünstigen. Unterstützt die Suchmaschine bei der Erkennung von Inhalten auf der Website.	
Formate: JSON-LD, Microdata, RDFa Google bevorzugt das Format JSON-LD	
Wichtige Auszeichnungselemente	<ul style="list-style-type: none">BreadcrumbBewertungenBusinessdatenProduktArtikelRezepteFAQ, Q&A und How-to
Weitere Informationen	https://developers.google.com/search/docs/data-types/article
Google-Testtool für strukturierte Daten	https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/
Allgemein gültige Vorgaben und weitere Informationen	https://schema.org/

Page Speed	
Seitenladegeschwindigkeit durch folgende Maßnahmen optimieren <ul style="list-style-type: none">Möglichkeiten von Browser- und ServercachingHTTP/2 als Protokoll nutzenMinimierung von HTTP-Requests, falls nur HTTP/1.1 möglich ist. Kombination von Ressourcen in so wenig Dateien wie möglichRessourcen dynamisch nachladen, wenn sie nicht direkt genutzt werdenKomprimieren CSS und JavaScript sowie BilddateienLazy Loading für Bilddateiengzip-Komprimierung verwendetNutzung eines CDNsOptimierung durch Preconnect, Prefetch und Preload	
Weiterleitungsketten vermeiden	gut: https://domain.de">http://www.domain.de-->https://domain.de ineffizient: https://www.domain.de-->https://domain.de">http://www.domain.de-->https://www.domain.de-->https://domain.de
Google stellt diese Tools zur Analyse des Page Speeds zur Verfügung	Lighthouse: developers.google.com/web/tools/ LighthousePageSpeed Insights: developers.google.com/speed/pagespeed/insights Lighthouse Online: https://web.dev/

Mobile	
Mobile First	<ul style="list-style-type: none">Trend geht zur Nutzung mobiler EndgeräteSeit 2016 RankingfaktorSeit 2018 Mobile-First-Indexierung: Das bedeutet, Google crawlt die Website mit einem mobilen Crawler
Möglichkeiten, um eine mobile Website umzusetzen	<ul style="list-style-type: none">Responsives Webdesign (von Google empfohlen)Dynamic ServingAppMobile Subdomain (Zunehmend nicht mehr zu empfehlen)
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none">Kleiner Screen (zu kleine Schrift oder klickbare Links zu nahe beieinander)Fehlerhafte DarstellungInhalte nicht abrufbarLadezeitenNicht festgelegter DarstellungsbereichInhalte sollten dieselben wie auf der Desktopseite sein
Google Test auf Optimierung für Mobilgeräte	https://search.google.com/test/mobile-friendly
Weiterführende Informationen	https://developers.google.com/search/mobile-sites/get-started https://developers.google.com/web/fundamentals/design-and-ux/responsive?hl=de#set-the-viewport

SSL-Verschlüsselung	
<ul style="list-style-type: none">Erkennung durch das HTTPS-ProtokollSichere Verbindung zur DatenübertragungRankingfaktorIn vielen Fällen von der DSGVO gefordertHTTP Strict Transport Security (HSTS) nutzen	
Testtool HSTS Preload Status	https://hstspreload.org/

Social Media Tags	
Open Graph Tags	https://ogp.me/
	<code><meta property="og:description" content="Seitenbeschreibung"/></code>
Twitter-Cards	https://developer.twitter.com/en/docs/tweets/optimize-with-cards/overview/markup

Analysetools	
Google Search Console	https://search.google.com/search-console/about
Yandex Tools	https://webmaster.yandex.com/welcome/#welcome
Bing Webmaster Tools	https://www.bing.com/toolbox/webmaster
Es ist empfehlenswert, ein Konto bei den jeweiligen Suchmaschinen (vor allem Google) anzulegen und es mit der Website zu verknüpfen und organische Trafficdaten zu sammeln. Es sollten alle vorhandenen Domains sowie Subdomains verifiziert werden!	
Empfohlene Verifizierungsmöglichkeit	Domain-Namen-Anbieter (DNS)
Google Analytics	https://analytics.google.com/
Mit der richtigen Integration von Google Analytics kann das Nutzerverhalten auf der Website getrackt werden.	https://support.google.com/analytics/answer/1008080?hl=de

Content	
Logische Überschriftenstruktur	<code><h1>Wichtigste Überschrift</h1> <h2>Nach der h1 kommt die h2</h2> <h3>Logische Reihenfolge der H-Elemente</h3>...</code>
Nutzung von HTML5-Elementen	<code><nav>, <header>, <footer>, <aside>, <details>, <section>, <article></code>
Seitenarchitektur und Dokumentenkontur	<ul style="list-style-type: none">Klar strukturierte WebsiteÜbersichtliche NavigationNach Relevanz sortierter Inhalte und ÜberschriftenGut lesbarer Text
HTML-Markup-Validierung	https://validator.w3.org/
Wichtige Inhalte sollten im sichtbaren Bereich platziert (above the fold) sowie nicht versteckt werden.	

Rahmenbedingungen für SEOs/Content-Manager	
Welche Maßnahmen muss der Bearbeiter der Inhalte selbstständig anpassen können? <ul style="list-style-type: none">Steuerung der WeiterleitungenSetzen eines Canonical-TagsBearbeitung und Möglichkeit von Automatisierung von HTML-Title & Meta-DescriptionErmöglichung von Platzhaltern und globale Steuerung von Inhalten, Titles & DescriptionsBearbeitung Meta-Robots-TagBearbeitung Robots.txtBearbeitung XML-SitemapSelbstständiges Einbinden von Content und den dazugehörigen ElementenEinbindung von VerlinkungenVerwendung von Social Media TagsBearbeitung von Navigation und FooterbereichBulk Lösungen für Download und Upload schaffen	
Durch die Möglichkeit, dass der Bearbeiter der Inhalte eigenständig Teile der Website anpassen kann, reduziert sich der Aufwand für die IT-Abteilung und ermöglicht ein gemeinsames und kontinuierliches Arbeiten an der Website.	



Über die Autorin:

Julia Dombrowe ist SEO Consultant bei der internationalen Digitalagentur Dept. Sie übernimmt die Analyse von Webseiten und unterstützt globale sowie internationale Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer ganzheitlichen SEO-Strategie.