

Meine Onpage Optimierung Checkliste

Lassen Sie uns keine Zeit verschwenden und direkt loslegen.

1. Das Hauptkeyword am Beginn des Titles

Der Titel Ihrer Seiten ist einer der wichtigsten Faktoren bei der Onpage Optimierung. Ich habe diesen Faktoren bewusst ganz an den Anfang meiner Onpage SEO Checkliste gestellt.

Der Title wird ganz zu Beginn von Google & Co gecrawlt. Er gibt somit innerhalb kürzester Zeit Erkenntnis darüber, worum es sich auf der Website drehen wird.

Er ist auch das erste Element, das dem Suchenden ins Auge springt, wenn er die Google Suche nutzt.

Hier sollten Sie in jedem Fall ihr Keywords direkt am Anfang einbinden. So gibt es keinerlei Missverständnisse.

Lesetipp: [Was sind Keywords?](#)

1. Das Hauptkeyword in der H1-Überschrift

Die verschiedenen Überschriften die Ihnen zur Verfügung stehen, haben eine Hierarchie. Die wichtigste Überschrift ist die H1, gefolgt von der H2 und der H3.

Die H1 Überschrift sollte sich ganz oben auf der Seite finden.

Sie ist das erste Element, das der Besucher sieht, wenn er sich für den Klick auf Ihr Suchergebnis entschieden hat.

Die H1-Überschrift dieser Seite sieht so aus:

```
<h1>Die beste Onpage Optimierung Checkliste - Für SEO & mehr Traffic</h1>
```

Auf diese Weise stelle ich sicher, dass Google genau verstehen kann, was ich hier anbiete.

1. Das Keywords in die Meta-Beschreibung einfügen

Die Meta-Beschreibung ist ein wichtiger Faktor bei der SEO Onpage Optimierung. Sucht jemand nach dem Keywords, wird es in der Vorschau fett angezeigt. Das schafft viel Aufmerksamkeit und erhöht die Klickrate.

1. Die Keywords in den ersten Absätzen einbauen

Kommt der Google Crawler auf Ihre Seite, liest er den Quellcode Zeile für Zeile. Je schneller er möglichst viel Bestätigung für das Thema findet, desto besser.

Bieten Sie ebenfalls eine Onpage Optimierung Checkliste an, sollte dieses Keyword möglichst früh im Text und somit im Quellcode vorkommen,

1. Keywords in dem Permalink / der URL einfügen

Wenn Sie einen Blick in den Browser werfen, sehen Sie, dass der Link zu dieser Seite so aussieht:

www.silvanmundorf.de/seo/onpage-optimierung-checkliste

Hier habe ich das für mich wichtigste Keyword inkludiert.

Auch dieser Faktor wird direkt in den Google-Suchergebnissen angezeigt, ist also sehr relevant.

1. Die Länge des Permalinks / der URL

Technisch gesehen ist jede URL eine IP-Adresse. Da Menschen sich Wörter allerdings besser merken können als Zahlen, verwenden wir Wörter, die danach zu einer IP-Adresse umgeleitet werden.

Achten Sie darauf, dass Ihre URLs möglichst kurz und dennoch verständlich sind. So bleibt sie besser im Gedächtnis und Sie erleichtern Google die Arbeit.

1. Keyword Kannibalisierung vermeiden

Es kostet Google viel Rechenleistung, Zeit und Geld alle Websites zu crawlen. Achten Sie deshalb darauf, dass alle Inhalte nur ein Mal auf Ihrer Website zu finden sind.

Klar, die veröffentlichen den selben Beitrag nicht mehrmals. Aber häufig erscheint er unter unterschiedlichen URLs, sodass er defacto mehrfach online ist.

1. Content muss innovativ und herausragend sein

Wenn Sie gefunden werden möchten, sollten Sie sich überlegen wieso GOogle Sie bevorzugen sollte. Es gibt unfassbare viel Content online. Die Welt braucht keine weitere Website, auf der mittelmäßige Texte veröffentlicht werden.

Achten Sie deshalb darauf, dass Sie in jedem Fall interessanter und innovativer sind. Besucht an Ihre Website, muss das Leben des Besuchers danach ein besseres sein.

1. Keywords in Zwischenüberschriften einfügen

Es ergibt Sinn den Text mit verschiedenen Zwischenüberschriften zu gliedern. Das hilft dem Auge und verhindert, dass der Leser von einer Textwand erschlagen wird.

Aufgrund ihrer Größe und zentralen Platzierung ziehen die Zwischenüberschriften nicht nur die Blicke, sondern auch die Aufmerksamkeit der Crawler auf sich.

Verwenden Sie H2, H3 und H4 als Zwischenüberschriften und stellen Sie sicher, dass mindestens jedes Keyword einmal dort zu finden ist.

1. Gut lesbare Inhalte veröffentlichen

Ein Text sollte von einem möglichst großen Teil der Gesellschaft schnell und einfach zu konsumieren sein. Dabei hilft es möglichst wenig Fremdwörter zu verwenden und die Sätze kurz zu halten.

Hier gilt es zu unterscheiden, wer die Zielgruppe ist.

Fachpublikationen benötigen häufig Fachterminologie und je komplexer das Thema, desto komplexer wird die Sprache.

Der Text sollte jedoch nicht unnötig kompliziert sein.

1. Die Länge des Contents

Darüber wie lang der Text sein sollte, gibt es immer wieder Streit. Viele Jahre galt, dass er möglichst lang sein sollte.

Aber wieso sollte man tausende Wörter liefern, wenn man die Suchintention in einem Satz befriedigen kann?

Der Text sollte stets so kurz wie möglich und so lang wie nötig sein.

Wer etwas analytischer vorgehen möchte, sollte das Hauptkeyword suchen und die ersten 10 Treffer auswerten.

Wie viele Wörter sind hier veröffentlicht?

Stellt man die Anzahl der Wörter grafisch in einem Chart dar, kann man schnell erkennen, welchen Textumfang Google für das Keyword erwartet.

Grundlegend werden lange Inhalte besser gefunden. Das liegt aber nicht nur an der Anzahl an Wörter. Ein langer Text bietet tendenziell mehr und tiefergehende Informationen.

1. Die Tiefe des Contents

Inhalte sollten so viele wichtige Informationen liefern wie möglich. Deshalb versuche ich in meiner Onpage SEO Checkliste viele Tipps und Tricks zu geben.

Sollte es eine andere Onpage Optimierung Checkliste im Netz geben, die allerdings ohne Beispiele auskommt, steht meine im direkten Vergleich besser dar. Der Content ist tiefer.

1. LSI Keywords einfügen

Sprache zu analysieren ist für eine künstliche Intelligenz schwer. Woher soll sie wissen, ob ich mit dem Schloss das Märchenschloss, oder das Türschloss meine?

Hier kommen LSI Keywords ins Spiel. Bei ihnen handelt es sich um Begriffe, die häufig zusammen mit Ihrem Hauptkeyword verwendet werden.

Dreht es sich bei Ihnen um das Märchenschloss, könnten es folgende LSI Keywords sein:

- Schloss Neuschwanstein
- Märchenschloss
- Prinzessin
- Im Schloss wohnen
- Traumhafte Schlösser

Sie tragen dazu bei, dass der Kontext besser verstanden werden kann.

1. Für die semantische Suche optimieren

Google hat in den vergangenen Jahren gelernt, was Synonyme sind. Ob ich nun SEO Onpage Checklis", oder "Suchmaschinenoptimierung Onpage Checklist" schreibe, spielt kaum eine Rolle.

[SEO und Suchmaschinenoptimierung](#) werden synonym verwendet.

Wer hier bei der Keyword Recherche geschickt vorgeht, kann mit einem Keywords gleichzeitig für mehrere Synonyme gefunden werden.

1. Stoppwörter und Flexionen sinnvoll einbauen

Schätzungsweise werden 50% der Keywords zum ersten Mal eingetippt. Sie tauchen in keiner Statistik auf und bieten dennoch eine gigantische Möglichkeit Traffic zu gewinnen.

Vor allem Variationen mit Stoppwörtern und Flexionen sind interessant.

Zudem tragen sie dazu bei, dass der Text lesbarer wird.

1. Interne Verlinkungen

Kommt ein Leser auf Ihre Seite, sollten Sie ihm über interne Verlinkungen die Möglichkeit geben andere Inhalte zu finden. Das hat viele Vorteile:

- Bessere Navigation
- Erhöht die Verweildauer
- Verteilt Linkjuice
- Hilft dem Crawler
- Ankertext hilft beim Verstehen des Textes

Interne Verlinkungen sind massiv unterschätzt.

Bei jeder sinnvollen Gelegenheit sollten Sie sie verwenden.

Als [E-Commerce Berater](#) (sehen Sie, was ich hier mache?) weiß ich, dass vor allem große Websites und Onlineshops hier einen großen Nachholbedarf haben.

1. Externe Verlinkungen

Alle SEOs gehen extrem geizig mit externen Verlinkungen um. Sie sind schließlich ein hoch gehandeltes Gut. Wer allerdings auf thematisch passende und hochwertige Seiten verlinkt, stärkt damit auch die eigene Website.

Externe Links können dem Leser mit weiterführenden Informationen helfen. Zudem stellt Google eine Verbindung zwischen Ihnen und der verlinkten Seite her. Sehr wahrscheinlich behandeln sie ein ähnliches Themenfeld.

1. Wichtige Passagen fett markieren

Mit dem Code `` können Sie Buchstaben, Wörter, Passagen und ganze Absätze fett markieren.

Nutzen Sie diese Möglichkeit.

Auf diese Weise lenken Sie die Aufmerksamkeit des Lesers. Außerdem geben Sie Google Hinweise, welche Textstellen besonders wichtig sind.

Übertreiben Sie es aber nicht. Als Richtlinie sollte jedes 35. - 50. Wort fett sein.

1. (Einzigartige) Bilder verwenden

Google möchte, dass jeder Suchende das findet, was er sucht. Je besser die Inhalte einer Website sind, desto wahrscheinlicher können sie die Fragen des Nutzers beantworten.

Zu guten Inhalten gehören auch Bilder. Sie helfen dabei den Text zu verstehen, sind schön für das Auge und lockern auf.

Im Idealfall machen Sie sich die Mühe und veröffentlichen Bilder, die es nur bei Ihnen gibt. Ein eigens entworfenes Bild bietet mehr Mehrwert als ein Stockbild, das auf tausenden Seiten zu finden ist.

1. Bilder mit alt-tags versehen

Den Crawlern fällt es sehr schwer zu erkennen, was auf Bildern zu sehen ist. Statten Sie deshalb alle Bilder mit einer Beschreibung aus. Sie ist für den Besucher unsichtbar und sollte beschreiben, was auf dem Bild zu sehen ist.

Hier kann auch hin und wieder ein passendes Keyword eingefügt werden.

1. Die Dateinamen der Bilder anpassen

Häufig bekommen die Dateinamen der Bilder sehr wenig Aufmerksamkeit. Sie lauten beispielsweise "img_camera_13775619234.jpg" und bieten keinen Mehrwert.

Aber auch sie sind können dabei helfen den Inhalt besser zu verstehen. Benennen Sie Ihre Bilder sinnstiftend um, bevor Sie sie hochladen.

1. Videos einfügen

Videos bringen viele Vorteile mit sich. Sie liegen voll im Trend, sind leicht zu konsumieren und können gestoppt werden.

Ein weitere Vorteil: Wer ein Video startet, schaut es häufig bis zum Ende.

Das hat einen positiven Effekt auf die Verweildauer.

1. Die Grammatik und Rechtschreibung

Tippfehler und eine falsche Grammatik stören den Lesefluss. Darüber hinaus sind sie ein Anzeichen dafür, dass wenig Liebe in die Erstellung der Texte geflossen ist. Achten Sie also darauf, dass keinerlei Fehler auf Ihrer Website zu finden sind.

Kopieren Sie die Texte einfach kurzerhand in ein Textbearbeitungsprogramm mit Rechtschreibprüfung und korrigieren Sie ihn.

1. Content above the fold

“Above the fold” heißt übersetzt “über der Faltlinie”. Du solltest also sicherstellen, dass Besucher ohne zu scrollen die wichtigsten Inhalte sehen können. Dazu zählt beispielsweise die Überschrift und auch die erste Textpassage.

Die 5 wichtigsten Onpage Faktoren

Wenn ich als [SEO Köln](#) beauftragt werde, handelt es sich nicht selten um große E-Commerce Projekte oder Websites. Häufig haben sie tausend und mehr Unterseiten. Um hier schnelle Ergebnisse liefern zu können, sollte man sich nicht in Perfektionismus verlieren, sondern zügig die wichtigsten Faktoren beeinflussen.

In einem ersten [SEO Audit](#) stelle ich fest, welche Unterseiten besonders relevant für das Unternehmen sind. Dabei helfen die folgenden Fragen:

- Welche Seiten bringen den meisten Traffic?
- Welche Seiten stehen kurz vor dem Sprung in die Top 3 oder auf Seite 1?
- Wo gibt es grobe Fehler, die schnell behoben werden müssen?

Im Anschluss konzentriere ich mich auf die 5 wichtigsten Onpage Faktoren:

1. Keyword am Anfang des Titles
2. Keywords in Überschrift und Zwischenüberschriften
3. Content mit Mehrwert bieten
4. Interne Links zur Zielseite aufbauen
5. Doppelte Inhalte entfernen oder umleiten

Diese Optimierungen werden eine schnelle Verbesserung herbeiführen.

Wenn ich sie erledigt habe, wende ich mich den wichtigsten Seiten. Mein langfristiges Ziel ist es, jede Seite perfekt zu optimieren und die Konkurrenz nachhaltig anzustechen. Dafür braucht man aber viel Zeit und einen Blick für das Detail.

Konzentriert man sich darauf, während es noch viele tief hängende Früchte gibt, geht man nicht verantwortungsvoll mit dem Budget und der eigenen Zeit um.