



# #Suchmaschinenoptimierung #Online-Marketing Mit SEO besser gefunden werden

Checkliste

## 10-Punkte für Ihren Shop-Relaunch Mehr Sichtbarkeit für Ihr Unternehmen

Kennen Sie die wichtigsten Punkte für einen erfolgreichen SEO-Relaunch? Was ist dabei zu beachten? Wurde hinterher auch wirklich an alles gedacht?

Sowohl aus technischer Sicht als auch aus Sicht des Redakteurs gibt es einiges zu beherzigen. Die Checkliste bietet Ansätze und Erklärungen zu den einzelnen technischen Schritten, die für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung notwendig sind. Des Weiteren wird auch auf die Aufgaben und Möglichkeiten eines Redakteurs eingegangen.



Abb.: In kurzer Zeit durch SEO mit Keyword „Mokassin“ direkt hinter Zalando bei Google

## ■ 1 **Wurde die Headline Struktur eingehalten?**

Headlines sorgen für einen übersichtlichen und benutzerfreundlichen Text. Usability wird bei Google immer stärker bewertet und ist inzwischen einer der Hauptfaktoren für gutes Ranking. Aus diesem Grund sollten Überschriften aus zwei Blickrichtungen betrachtet werden:

Benutzer sollen Antworten auf ihre Probleme und neue Lösungswege finden. Viele User überfliegen, ein Dokument lediglich anhand der Überschriften. Hat ein Artikel also mehrere, sinnvoll gegliederte Überschriften, so ist es für den Leser einfacher, dessen Inhalt und Aussage zu erfassen. Was hier für den Leser gilt, trifft auch auf die Suchmaschinen zu.

Für Google selbst ist es wichtig, dass Headline-Strukturen im Quellcode richtig angewendet und eingehalten werden. Dabei darf auch von der Reihenfolge nicht abgewichen werden: H1 - H2 - H3 - H4.

## ■ 2 **Sind die Meta-Daten schon optimiert?**

Meta-Daten fassen sowohl die Meta-Description als auch den Meta-Titel zusammen. Diese Daten sind in den Suchergebnissen die ersten Inhalte, die ein Nutzer von Ihnen liest. Sind sie stets optimiert und erhält der Nutzer hier bereits wichtige Informationen für seine Probleme, ist die Wahrscheinlichkeit für einen Klick deutlich größer. Nutzen Sie Ihre Meta-Daten, um die User anzusprechen und mehr Traffic zu generieren, sie sind ein starker Faktor für SEO. Achten Sie auch hier schon darauf Ihre Keywords einzubauen.

## ■ 3 **Sind die Texte SEO-freundlich?**

Für SEO ist eine der wichtigsten Regeln: kein „Duplicate Content“! Achten Sie also darauf, Ihre Texte nicht mit „Copy & Paste“ von anderen Webseiten zu nehmen oder innerhalb Ihrer Webseite mehrfach den gleichen Content zu verwenden. Für Google und auch Ihre Besucher ist das Wichtigste, dass Ihre Inhalte einen Mehrwert bieten. Versuchen Sie deshalb Antworten auf Probleme und Lösungswege anzubieten.

Zusätzlich ist es hilfreich Keywords, also Suchwörter, die Ihre Benutzer verwenden, sinnvoll und sparsam in den Texten einzusetzen. Dies ermöglicht Google die passenden Inhalte für Suchende zu liefern. Durch den vermehrten Traffic wird Ihr Ranking positiv beeinflusst.



**“Don't create pages for engines, create pages for people... Is terrible advice... Optimise for both! Algo input and human output.”**

— Rand Fishkin, SEO-Guru und langjähriger CEO von Moz

## 4 Sind interne Verlinkungen gesetzt?

Da das Ranking einzelner Seiten bei Google immer mehr Priorität erhält, helfen interne Verlinkungen die Sichtbarkeit einzelner Seiten zu steigern. Ziel interner Verlinkungen ist es, den Benutzer in möglichst wenigen Schritten zu relevanten Themen zu bringen. Dadurch erkennt Google, welche Seiten mehr Priorität haben, bzw. thematisch zusammengehören und relevant sind. Ihre Webseite kann also auch mit einer Unterseite sehr gute Ergebnisse im Ranking erzielen oder in Nischen-Themen viel Traffic generieren.

## 5 Erhalten Sie Empfehlungen durch externe Links?

Mithilfe externer Links haben Sie ebenfalls die Möglichkeit Ihr Ranking deutlich zu verbessern. Denn diese funktionieren wie eine Art Empfehlung und steigern zusätzlich den Traffic auf Ihrer Seite. Darüber hinaus gelangen potenzielle Kunden auf Ihre Seite, da sie über den Link in einem für sie interessanten Thema weitergeleitet werden. Allerdings muss hier darauf geachtet werden, dass keine unnatürlichen Links gesetzt werden. Im schlimmsten Fall fliegt Ihre Seite aus Google News und AdSense raus.

Tipp: Externe Links können Sie zum Beispiel durch Influencer erreichen. Senden Sie z. B. neue interessante Blogbeiträge an Personen / Webseiten, die eine große Fangemeinschaft besitzen und für deren Publikum Ihre Inhalte auch relevant sind. Sie können auch bekannte Blogbetreiber bitten Ihre Seite zu verlinken, um dadurch Empfehlungen zu erhalten. Weitere Möglichkeiten sind soziale Netzwerke, in denen Sie aber ebenfalls nur geteilt werden, wenn Sie Interessantes zu erzählen haben.

## 6 Ist Ihre Webseite „mobile friendly“?

Responsive Design gehört inzwischen schon zum Standard. Die Begründung findet sich in der Usability – sie ist der wichtigste Faktor für gutes Ranking. Inzwischen erfolgen mehr als 50% aller Zugriffe über Smartphones und weitere über Tablets. Falls Ihrer Seite also noch nicht responsive ist, sollten Sie dies ganz schnell ändern. Denn ohne Responsive Design werden Sie beim Ranking deutlich schlechter bewertet.

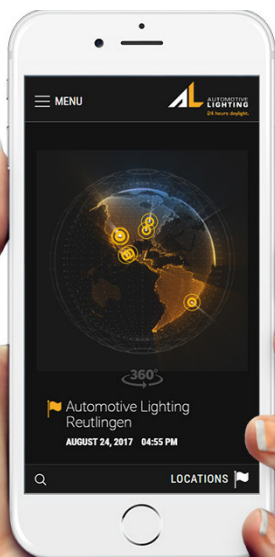


Abb.: Mobile Webseite für Smartphones

## ■ 7 Stimmen die Ladezeiten?

Auch die Ladezeiten Ihrer Webseite spielen eine große Rolle für das Ranking. Achten Sie also schon bei der Entwicklung der Webseite auf einen sauberen Code und entsprechende Programmierung. Elemente wie Bilder und Videos mit hoher Auflösung sind oft schuld an Verzögerungen beim Laden. Bedenken Sie, dass Desktop- und Smartphone-Ladezeiten separat berechnet werden. Wobei die mobile Ladezeit deutlich wichtiger ist, da hier zahlreiche Besucher ganz früh abspringen, sollte Ihre Seite nicht schnell genug erscheinen. Bei mobilen Geräten kommen zusätzlich mögliche Probleme durch die unterschiedlichen Internetverbindungen oder Internetanbieter hinzu.

Tipp für mobile Ansichten: Deuten Sie in der mobilen Ansicht Videos nur als Bilder an, um Ladezeiten zu verringern und wichtige Inhalte wie Text und Bilder möglichst schnell zu präsentieren. Das Video sollte erst auf Wunsch des Besuchers nachgeladen werden können.

## ■ 8 Verwenden Sie SSL-Zertifikat?

Google legt Wert auf Sicherheit. Sensible Daten werden gerade bei Online-Shops im Rahmen der Bezahlung oder auch schon bei einfachen Abos von Newslettern übertragen. Durch die Verwendung von SSL-Zertifikaten zur Verschlüsselung fühlen sich nicht nur Ihre Kunden sicherer und haben dadurch mehr Vertrauen zu Ihnen, auch wenn Google bewertet Ihre Seite positiver.

## ■ 9 Ist die URL (Uniform Resource Locator)-Struktur schon optimiert?

Ihre URL-Struktur sollte sinnvoll und verständlich aufgebaut sein, wie zum Beispiel „domain.com/hauptkategorien statt „domain.com/index.php213?“. Dadurch wird Transparenz geschaffen und der Benutzer erhält Informationen. Ein weiterer Vorteil bietet die Verwendung relevanter Keywords in Ihren URLs. Wird nach diesen Keywords gesucht, stechen diese durch die hervorgehobene Markierung von Google aus den Ergebnissen der Suchergebnisseite heraus. Dies sorgt für mehr Aufmerksamkeit, wie die Click-Through-Rate (Klicks der Nutzer) positiv beeinflussen kann.

## ■ 10 Haben Sie die Bilder beachtet?

Die Bilder Ihrer Seite helfen auch bei der Usability. Sie sorgen dafür, dass Ihren Besuchern die Seite besser gefällt und sie länger verweilen. Es ist sehr wichtig, dass alle Bilder im Quellcode mit Alt-Titles ausgezeichnet sind. Denn mit deren Hilfe kann Google direkte Informationen darüber auslesen, welchen Inhalt das Bild dem Nutzer liefert. Aus diesem Grund sollten Alt-Titles beschreibend sein und Informationen über das Bild liefern. Achten Sie auch auf die Komprimierung der Dateien, denn die Dateigröße hat wieder Einfluss auf die Ladezeit.

Haben Sie alle Schritte durchgeführt? Trotzdem entspricht Ihr Ranking noch nicht ganz Ihren Wünschen?

Kontaktieren Sie uns. Gerne entwerfen wir gemeinsam mit Ihnen eine passende SEO-Strategie, die Sie nach vorne bringt.



## Unser Experte für CMS Ihre Ansprechpartner bei econsor

Marian Dietrich, Mediengestalter  
0 71 31 / 12 01 45 – 4  
[marian.dietrich@econsor.de](mailto:marian.dietrich@econsor.de)

**econsor GmbH Stuttgart**

Villastraße 1  
70190 Stuttgart  
Fon 07 11 / 46 05 89 – 50  
Fax 07 11 / 46 05 89 – 59

[info@econsor.de](mailto:info@econsor.de)  
[www.econsor.de](http://www.econsor.de)

**econsor GmbH Ludwigsburg**

Häldenfeld 4  
71723 Großbottwar  
Fon 0 71 48 / 92 88 99 – 0  
Fax 0 71 48 / 92 88 99 – 9

[info@econsor.de](mailto:info@econsor.de)  
[www.econsor.de](http://www.econsor.de)

**econsor GmbH Heilbronn**

Bismarckstraße 6  
74072 Heilbronn  
Fon 0 71 31 / 12 01 45 – 0  
Fax 0 71 31 / 12 01 45 – 9

[info@econsor.de](mailto:info@econsor.de)  
[www.econsor.de](http://www.econsor.de)

**econsor GmbH Heidelberg**

Klausenpfad 14  
69212 Heidelberg  
Fon 0 62 21 / 32 18 86 – 0  
Fax 0 62 21 / 32 18 86 – 9

[info@econsor.de](mailto:info@econsor.de)  
[www.econsor.de](http://www.econsor.de)

Quellen:

Alpar, Andre/ Koczy, Markus/ Metzen, Maik (2015): SEO Strategie, Taktik und Technik: Online-Marketing mittels effektiver Suchmaschinenoptimierung, Wiesbaden: Springer Gabler, 2015

Nash, Christopher (2016): Seo 2017: Search Engine Optimization for 2017, On Page SEO, Off Page SEO, Keywords, US: CreateSpace Independent Publishing, 2016