

Checkliste für Technisches SEO

Neben inhaltlich relevanten Stellschrauben, bietet der technische SEO-Bereich ebenfalls einige Inhalte, die berücksichtigt werden sollten, wenn Ihnen eine gute Auffindbarkeit ebenso wichtig ist, wie gute Benutzererfahrungen mit Ihrer Seite.

SSL-Zertifikat	
<p>Ein SSL-Zertifikat bescheinigt einer Website, dass Daten dort sicher übertragen werden – z.B. über ein Kontaktformular. Deutlich sichtbar wird dieses SSL-Zertifikat durch die Darstellung eines grünen Schlosses in der Browserleiste – neben „https://...“. Da Google zukünftig direkt in der Suchmaske jene Webseiten ohne SSL-Zertifikat als unsicher markiert, werden potentielle Besucher gewarnt und ggf. vom Besuch der Seite abgehalten.</p>	
Responsive Design	
<p>Diese Einstellung sorgt dafür, dass eine Website auf jedem Endgerät in passender Größe dargestellt wird. Mit https://www.google.de/webmasters/tools/mobile-friendly/ kann anschließend geprüft werden, ob Google es anerkennt.</p>	
Meta-Tags	
<p>Seitentitel- und Beschreibungen (Meta-Title & Meta-Description) sollten über ein Content-Management System individuell pflegbar sein. Im Title sollte der Unternehmensname immer als Suffix, also am Ende, stehen – diese Einstellung kann für die Website zentral definiert werden.</p>	
Überschriften	
<p>Überschriften mit h-tags zeigen Google eine Wichtigkeit und geben Hinweise zur Reihenfolge. Sie sollten daher nur im Textbereich deklariert werden, nicht im Footer oder in der Navigationsleiste. Hierbei sollte eine logische Reihenfolge → h1, h2, h3.. beibehalten werden, wobei es pro Seite nur eine h1-Überschrift geben sollte.</p>	
Javascript- und CSS-Code	
<p>Javascript- und CSS-Code sollten in externe Dateien ausgelagert werden, um den Quelltext übersichtlicher zu halten und die Administration und Pflege der Website zu erleichtern.</p>	

ANSCHRIFT

Sensational Marketing e.K.
Bastian Sens
Dönhoff Str. 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN

Tel. : 0214 – 864 996 940
Fax : 0214 – 864 996 949

<https://sensational.marketing>

Requests	
Die Anzahl der Requests sollte reduziert werden, sodass es maximal 50 sind, da jeder Request die Ladezeit einer Website verlangsamt.	

Ladezeit / Pagespeed	
Die Ladezeit sollte weniger als 2 Sekunden betragen, hier kann sie getestet werden: https://tools.pingdom.com/ Der Pagespeed sollte für die Bereiche „Mobile“ & „Desktop“ jeweils bei mindestens 85 liegen und kann hier getestet werden: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/ Entsprechende Optimierungen sollte ein Programmierer durchführen.	

Caching & Komprimierung	
Expires trägt zur Aktivierung des Browser-Caching, Deflate zur Komprimierung – beides sorgt für die Verbesserung der Website-Performance, da sich der Pagespeed reduziert.	

W3C-Fehler	
Der Dienst von http://validator.w3.org/ prüft, ob Web-Dokumente mit den definierten Standards konform sind und ob diese Fehler enthalten. Dazu gehört unter anderem die korrekte Verwendung von Befehlen und Setzung von Zeichen. Es sollten möglichst wenig W3C-Fehler produziert werden.	

Bilder	
In den Dateinamen der Bilder sollten keine Zahlen enthalten sein. Sinnvoll ist es, dass Bilder nicht nur „sprechend“ sind, sondern auch relevante Keywords beinhalten und alt-tags, die dazu passen.	

Semantische Auszeichnung (Schema.org-Daten)	
Mithilfe dieser Auszeichnung versteht eine Suchmaschine wie Google besser, wobei es sich um eine Telefonnummer, eine Straße oder auch einen Autor handelt. Sie prüfen diese Daten beispielsweise in der Search Console „Darstellung in der Suche“ und „Strukturierte Daten“. Unter „Data Highlighter“ können Sie solche Daten als solche deklarieren und einfach direkt auf der Seite markieren.	

Indexierbarkeit	
Damit Google die Website findet, muss der Suchmaschine erlaubt werden, darauf zuzugreifen. Dies wird mithilfe der Robots.txt-Datei erreicht, indem hier „index.follow“ eingetragen wird. Alle Unterseiten, die von Google gefunden werden sollen, sollten auch in der XML-Sitemap (Details unter „Sitemaps“) festgehalten werden. In der Robots.txt-Datei sollten Google und andere Bots nicht ausgeschlossen werden – auch Bilder sollten zugänglich sein.	

URLs	
Wichtig ist, dass die URLs Ihrer Website keine Leerzeichen, Zahlen oder sonstige Fehler enthalten. Am Ende einer URL sollte immer ein „/“ zu sehen sein – die Variante ohne „/“ sollte automatisch dorthin weiterleiten.	

Interne Verlinkungen	
Mithilfe von internen Verlinkungen – über das Navigationsmenü, den Footer oder aus dem Text heraus – helfen Sie Google, dass die Website und deren Struktur besser erkannt werden. Viele interne Links für wichtige, prominente Seiten zeigen der Suchmaschine diese Wichtigkeit.	

Sitemaps	
Eine Sitemap ist ein Inhaltsverzeichnis. Die HTML-Sitemap ist als solches zum einen für Besucher interessant, damit diese einen Überblick aller Inhalte erhalten und zum anderen dient sie der internen Verlinkung. Die XML-Sitemap vor allem für Suchmaschinen wie Google relevant, da die Seiten schneller in den Index aufgenommen werden und somit schneller gefunden werden können. Durch dortige Priorisierungen können an Google wichtige Informationen übermittelt werden.	

Canonical Tag	
Diese Art der Kennzeichnung einer Seite dient der Informationen über deren Einzigartigkeit. Ihre Website ist mit und ohne „www.“ erreichbar – kein Problem, solange Sie via Canonical Tags zeigen, auf welcher Seite der Original-Inhalt zu finden ist. Empfehlenswert ist die Weiterleitung (via 301-Code) von der einen zur anderen Variante zudem, dies gilt auch wenn die Website via „https“ erreichbar ist. Die nicht genutzte Version sollte immer zur anderen Variante weiterleiten.	

Open Graph Tags

Die Einbindung und Nutzung von Open Graph Tags dient der Vereinheitlichung Ihres inhaltlichen Auftritts in sozialen Netzwerken. So können Sie vorab festlegen, welche Bilder beispielsweise bei einem Post auf Facebook zur Auswahl stehen und mit angezeigt werden können.

ANSCHRIFT

Sensational Marketing e.K.
Bastian Sens
Dönhoff Str. 40
51373 Leverkusen

KONTAKTDATEN

Tel. : 0214 - 864 996 940
Fax : 0214 - 864 996 949

<https://sensational.marketing>