

SEO-Checkliste für die Homepage

1. Technisches SEO

- Mobile Ansicht ist optimiert (Responsive Design)
- Ladezeit unter 3 Sekunden (z. B. mit PageSpeed Insights geprüft)
- HTTPS-Verschlüsselung aktiv
- Saubere, kurze URLs mit relevanten Keywords
- XML-Sitemap erstellt und bei Google eingereicht
- robots.txt vorhanden und korrekt konfiguriert
- Keine 404-Fehler oder Weiterleitungsprobleme

2. OnPage-Optimierung

- Für jede Seite ein Haupt-Keyword definiert
- Titel (Title-Tag) enthält das Keyword und ist max. 60 Zeichen lang
- Meta-Description geschrieben, max. 160 Zeichen, mit Keyword
- Nur eine H1-Überschrift pro Seite, Keyword enthalten
- Textlänge mindestens 300–500 Wörter pro Seite
- Inhalte einzigartig, nützlich und gut strukturiert
- Interne Links führen zu themenrelevanten Seiten
- Bilder enthalten beschreibende Alt-Texte

3. OffPage-Optimierung

- Backlinks von vertrauenswürdigen Websites aufgebaut
- In Online-Verzeichnissen (z.B. Google Maps, Branchenbuch) eingetragen
- Profil bei Google My Business vollständig ausgefüllt
- Social-Media-Kanäle verlinken und Inhalte teilen (Duplikate vermeiden!)

4. User Experience (UX)

- Navigation ist klar und intuitiv
- Seite ist barrierefrei gestaltet (Kontraste, Alt-Texte, Schriftgrößen)
- Inhalte sind visuell ansprechend (Absätze, Bilder, Listen)
- Klare Call-to-Actions vorhanden (z.B. Kontakt, Newsletter)
- Geringe Absprungrate (durch hilfreichen, relevanten Content)

5. Monitoring & Optimierung

- Google Search Console verbunden
- Google Analytics eingebunden (Achtung bei der Verwendung!)
- Ranking-Tracking eingerichtet (z.B. mit Sistrix, Übersuggest, Seobility)
- Inhalte regelmäßig aktualisieren
- SEO-Check monatlich wiederholen