

Hallo!

Schön, dass du deine Seite optimieren willst. Durch diesen Guide erlernst du die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) und erfährst, wie dir verschiedene kostenlose Anwendungen und Programme die Arbeit erleichtern.

In den folgenden Kapiteln wirst du alles erfahren, was du benötigst um deiner Seite zu einer besseren Platzierung in den Suchergebnissen zu verhelfen:

1.	Keyword Analyse	Seite 3
2.	Kostenlose Programme zur Keyword Analyse	Seite 4
3.	Suchintention verstehen und berücksichtigen	Seite 5
4.	On-Page Optimierung	Seite 7
	1) SEO-freundliche URL	Seite 7
	2) SEO Minion	Seite 7
	3) Titel und Meta Beschreibung	Seite 8
	4) Titel und Meta Beschreibung hinterlegen	Seite 9
	5) Die richtige Überschriftenstruktur	Seite 11
	6) Überschriftenstruktur analysieren	Seite 12
	7) Auswahl der Überschrift	Seite 13
	8) Bilder	Seite 14
5.	SEO Check	Seite 16
6.	Checkliste	Seite 17



Viel Spaß beim Optimieren!



1. Keyword Analyse

Bevor du lernst, deine Seite selbstständig zu optimieren, erhältst du hier eine kurze Erklärungen der wichtigsten Begriffe:

Keyword

Ein Keyword – auch Suchbegriff genannt – bezeichnet allgemein den Begriff der in eine Suchmaschine eingegeben wird. Dieses Keyword wird daraufhin von den Suchmaschinen durch ihre Suchalgorithmen behandelt und mit dem jeweiligen Index abgeglichen. Daraufhin bekommt der Nutzer eine Suchergebnisseite (SERP), die Ergebnisse zu diesem Keyword auflistet. Für die Suchmaschinenoptimierung und das Online-Marketing spielen Keywords eine elementare Rolle.

Suchvolumen

Als Suchvolumen wird die Anzahl der monatlichen Suchanfragen für ein einzelnes Keyword bezeichnet. Suchvolumina können mit der Zeit schwanken und stellen eher gute Schätzungen als exakte Zahlen dar. Im deutschsprachigem Raum ist in der Regel *Google* die Suchmaschine, auf die sich Suchvolumina beziehen.

Keyword Fokus

Der Begriff Keyword Fokus bezeichnet das Ausrichten einer URL auf **ein Haupt-Keyword**. Dadurch kann ein effektiveres Ranking erzielt werden, denn jede Seite mit Keyword Fokus rankt für sich. Ansonsten kann es passieren, dass die Suchmaschinen nicht genau wissen, welche deiner Seiten sie für ein bestimmtes Keyword ausspielen sollen.

Das war es aber auch schon, jetzt können wir starten!



1. Keyword Analyse

Das richtige Keyword finden

Auch wenn es ungewöhnlich erscheint, eine Optimierung mit einer Keyword Analyse zu starten, sollte immer der erste Schritt sein, denn eine super optimierte Seite bringt nichts, wenn niemand zu dem Thema sucht.

Als erstes wird also das Keyword mit dem größten Potenzial (mtl. Suchvolumen + Möglichkeit in den Suchergebnissen zu erscheinen) ermittelt und als Haupt-Keyword festgelegt. Das Haupt-Keyword ist das Schlüsselwort mit dem versucht wird eine möglichst gute Position in den Suchergebnissen zu erreichen und wird auf der kompletten Seite in unterschiedlichen Bereichen hinterlegt (Überschrift, Text, Bilder, etc.). Auch wenn Wörter oft das gleiche bedeuten, kommt es auf die richtige Formulierung an, denn jedes Wort hat ein anderes Suchvolumen.

Hierzu ein Beispiel:

Keyword Overview: webseite

SEARCH VOLUME [?] 12,100 HIGH	SEO DIFFICULTY [?] 42	PAID DIFFICULTY [?] 39	COST PER CLICK (CPC) [?] €4,62
--	--	---	---

Keyword Overview: website

SEARCH VOLUME [?] 22,200 HIGH	SEO DIFFICULTY [?] 56	PAID DIFFICULTY [?] 35	COST PER CLICK (CPC) [?] €4,16
--	--	---	---

Die Suchanfrage *Webseite* wird **im Monat** 12.100 mal in Google abgefragt, *Website* dagegen fast doppelt so oft. Auch wenn beide das gleiche bedeuten und Suchmaschinen mittlerweile Synonyme recht gut erkennen, lohnt es sich, das Keyword mit dem höheren Suchvolumen als Haupt-Keyword zu nutzen. Die *SEO Difficulty* zeigt dir die geschätzte Schwierigkeit in der organischen Suche zu diesem Suchbegriff an, je höher die Zahl desto mehr Konkurrenz. Es wäre also leichter mit dem Keyword *Webseite* eine gute Platzierung zu erreichen, hier liegt die Schwierigkeit bei **42**, aber *Website* bietet mit **56** auch noch genügend Chancen. Erst in einem Bereich von 80 wird es schwer, aber auch nicht unmöglich.

Kurze Erklärung der weiteren Begriffe, auch wenn sie für SEO nicht relevant sind:

Paid Difficulty: Geschätzte Konkurrenz in der bezahlten Suche z. B. Google Ads, je höher die Zahl desto mehr Konkurrenz.

Cost per Click (CPC): Durchschnittliche Kosten pro Klick, wenn du bei Google eine Werbeanzeige schaltest.



2. Kostenlose Programme zur Keyword Analyse

Übersuggest:

URL: <https://neilpatel.com/de/ubersuggest/>

Keyword eingeben und Ausgabe auf *German/Germany* stellen und Suchvolumen erhalten.

Ein **weiterer Vorteil** von Übersuggest, neben den Daten zum Keyword, werden auch **Keyword-Ideen** angezeigt sowie mögliche **Fragen** zu dem Begriff.

KEYWORD	VOLUMEN	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
website	22.200	€4,16	35	56
website erstellen	27.100	€10,81	87	51
website translate	8.100	€1,70	5	22
website translator	8.100	€1,46	7	76
website erstellen kostenlos	6.600	€9,35	86	52
website design	5.400	€4,33	46	59

Leider können pro Tag nur 3 Abfragen gemacht werden aber es gibt noch mehr Seiten die nach dem gleichen Prinzip funktionieren.

Hier habe ich für dich noch einige weitere Seiten aufgelistet:

Searchvolume:

Sehr einfach gehalten, leider ohne Keyword-Ideen.

URL: <https://searchvolume.io/>

Hypersuggest:

Sehr gut, es wird jedoch kein konkretes Suchvolumen genannt sondern Ergebnisse in einem Balkendiagramm (PSV) dargestellt.

URL: <https://www.hypersuggest.com/de/>

Anmerkung: Das angegebene Suchvolumen bitte immer als Richtwert verstehen, da diese Zahlen von Monat zu Monat variieren können.

3. Suchintention verstehen und berücksichtigen

Das Ziel jedes Webseiten Betreibers sollte es sein, dem Nutzer das bestmögliche Erlebnis zu bieten. Ein wichtiger Teil hierbei ist es, Themen vollumfassend abzudecken, damit der Nutzer die Webseite nicht verlässt um auf einer anderen Seite die restlichen Informationen zu bekommen. Aus diesem Grund ist es wichtig zu wissen, was den Nutzer zum Thema X interessiert. Welche Fragen hat er?

Auch hierfür gibt es viele kostenlose Hilfs-Seiten:

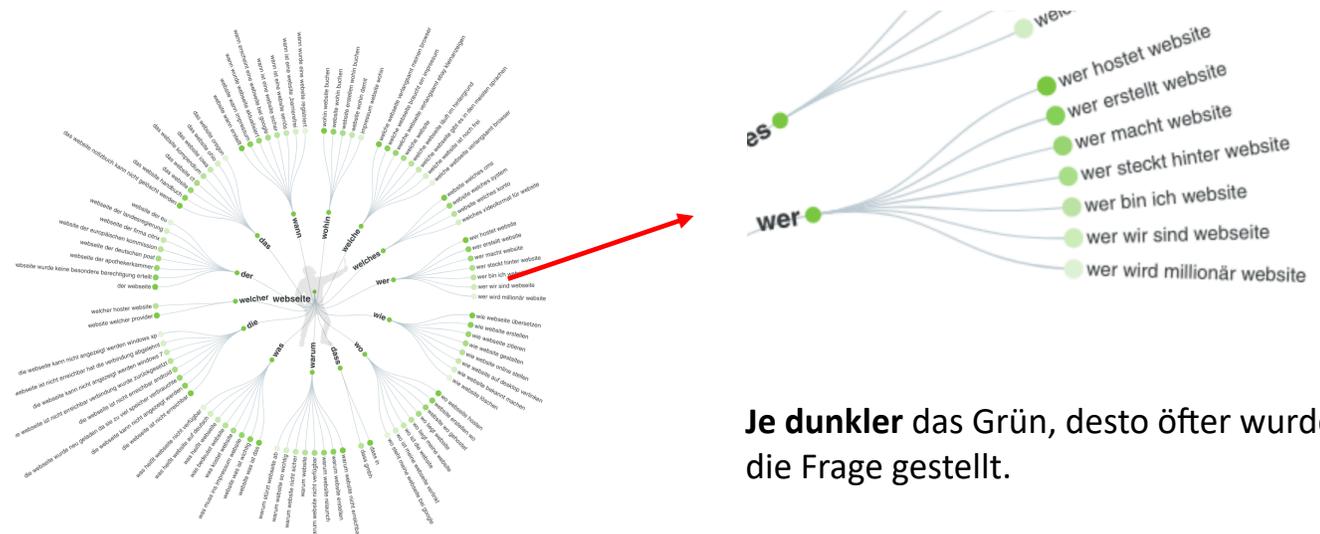
Answer the Puplic:

Hier werden die meistgestellten Fragen im Netz zu einem bestimmten Keyword ausgespielt.

URL: <https://answerthepublic.com/>



Keyword eingeben und Ausgabe auf *German/Germany* stellen.



Je dunkler das Grün, desto öfter wurde die Frage gestellt.

Anmerkung: Nicht immer passen die Fragen genau zum Thema, manchmal wirken sie auch zu banal oder sind zu spezifisch. Ein beliebtes Mittel um Fragen, die nicht wirklich in den Text passen aber trotzdem zum Thema gehören, zu beantworten, sind FAQs am Ende einer Webseite. So kann der Nutzer falls noch offene Fragen vorhanden sind, diese gleich auf der Webseite beantwortet bekommen und muss keine andere Webseite dafür aufrufen.

3. Suchintention verstehen und berücksichtigen

Weitere Webseiten:

Seorch:

Findet alle W-Fragen zu einem Keyword:

URL: <https://seorch.de/html/google-suggest-questions.html>

Suggestit:

Ein weitere Möglichkeiten herauszufinden, was andere Nutzer zu einem bestimmten Thema oder Keyword suchen, ist Google selbst. Da sich Google jedoch dein Suchverhalten merkt und dir so womöglich andere Ergebnisse ausspielt, zeigt dir Suggestit unvoreingenommene Ergebnisse aus den Vervollständigungsalgorithmen.

URL: <https://www.suggestit.de/>

The image shows a Google search bar with the keyword 'webseite' entered. A red arrow points from the search bar to a Suggestit.de analysis panel. The panel displays 'Suggest-Daten von Google.de' and lists 'Vorgegebene-Daten: webseite' and 'Autocomplete-Daten:' with a list of suggestions including 'webseite', 'webseite übersetzen', 'webseiten erstellen', etc. Below the list is a button labeled 'Weitere Keyword-Recherche ...'.

Anmerkung: Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Tipps & Tricks ohne vorhandene Daten. Falls du beispielsweise über das Programm Google Analytics bereits Daten zum Verhalten der Nutzer auf deiner Webseite gesammelt hast oder durch das Programm Google Search Console bereits die Suchintention deiner Nutzer besser auswerten konntest, sind hier die wichtigsten Kennzahlen die **Verweildauer** und die **Absprungrate** der Webseitenbesucher, die es zu optimieren gilt.



4. On-Page Optimierung

Die On-Page Optimierung beschreibt die Maßnahmen, die Websitebetreiber auf der eigentlichen Webseite anwenden, um diese für Suchmaschinen und den Nutzer möglichst gut auffindbar, nutzbar und lesbar zu machen.

Es gibt viele Faktoren, welche das Ranking (Platzierung) deiner Webseite beeinflusst. Wir gehen auf die wichtigsten ein, die leider zu oft vernachlässigt werden. Sie sind schnell und leicht zu beheben und bieten das größte Potenzial für eine bessere Platzierung.

4.1 SEO-freundliche URL

Achte darauf, dass dein Haupt-Keyword in deiner URL vorkommt. In den meisten Fällen bietet sich dafür eine eigene Unterseite an, da die Startseite meistens als Einstiegs- bzw. Übersichtsseite dient.

Beispiel: Haupt-Keyword Marketing

z. B. <https://marketing-fuer-gutes.com/>

Oder als Unterseite zu einem bestimmten Thema

z. B. <https://beispielwebsite.com/wieso-ist-marketing-wichtig/>

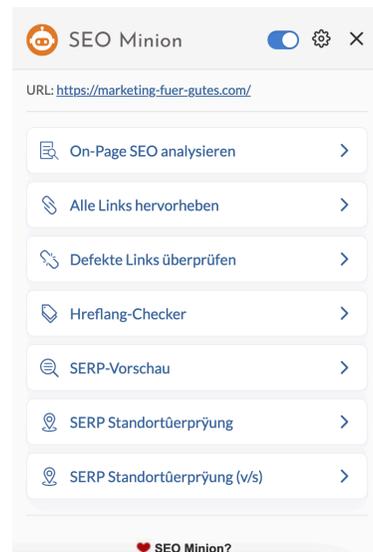
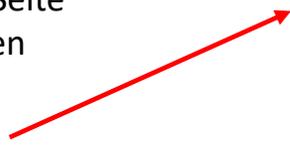
4.2. SEO Minion

Dies ist ein recht nützliches Hilfsmittel um mit wenigen Klicks, wichtige Informationen zur SEO von deiner Seite zu erhalten.

Kostenloses Add-on für

- Chrome: [hier downloaden](#)
- Firefox: [hier downloaden](#)

Nach der Installation findest du das Add-on in deiner Seitenleiste im Browser rechts oben als kleinen Roboter getarnt. Gehe auf die zu optimierende Seite und klicke auf den Roboter um die ersten Ergebnisse zu erhalten.





4.3. Titel und Meta Beschreibung = Meta Angaben

Wenn du auf einer Suchmaschine etwas suchst wird dir für jede Webseite ein Titel und eine Beschreibung (auch Meta-Description genannt) angezeigt – dies sind die Meta Angaben, welche du selber erstellen kannst & so dem Suchenden Lust auf deine Seite machst.

Seitentitel → <https://marketing-fuer-gutes.com> ▾
Marketing für Gutes | Online-Marketing Agentur

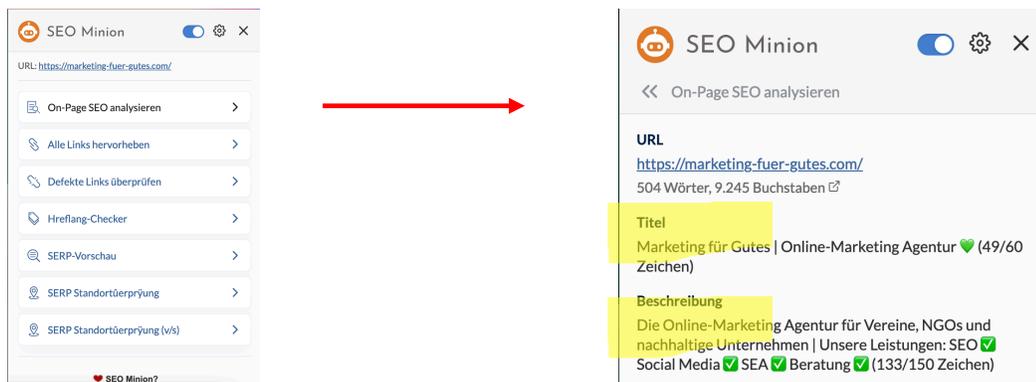
Beschreibung → Die Online-**Marketing** Agentur für Vereine, NGOs und nachhaltige Unternehmen | Unsere Leistungen: SEO ✓ Social Media ✓ SEA ✓ Beratung.

Wieso ist das wichtig?

Wenn du hier keine Informationen angibst, erstellt Google selbst eine Beschreibung und den dazugehörigen Titel. Dies hat zur Folge, dass vielleicht wichtige Informationen oder ein Handlungsauftrag fehlen und der Nutzer deswegen nicht auf deine Seite, sondern auf ein anderes Ergebnis klickt. Zusätzlich führt das **Erwähnen des Haupt-Keyword** in den Meta Angaben zu einem **besseres Ergebnis** in den Suchergebnissen.

Gehe nun auf deine Seite, die du optimieren willst und öffne den **SEO Minion** (Roboter).

Klicke auf *On-Page SEO analysieren* und überprüfe nun, ob dein Titel und die Beschreibung hinterlegt sind sowie die richtige Länge haben.



Google hat über die letzten Jahre immer mal wieder die max. Zeichenlänge geändert, aber als Richtwert gilt:

- Titel max. **60 Zeichen** (wird auch in der Titelleiste des Browsers angezeigt)
- Beschreibung max. **150 Zeichen**

Sollte der Titel und/oder die Beschreibung die maximale Länge überschreiten, kann es passieren, dass Google den Rest abschneidet oder im schlimmsten Fall eigene Meta Angaben ausspielt. Auf der nächsten Seite erfährst du wie du die Meta Angaben auf deiner Webseite hinterlegen kannst.

4.4. Titel und Meta Beschreibung hinterlegen

Es gibt viele Content Management Systems (CMS), die gängigsten sind WordPress sowie Typo3. Hierfür zeigen wir dir in einer kurzen Anleitung wo die Meta Angaben versteckt sind.

WordPress

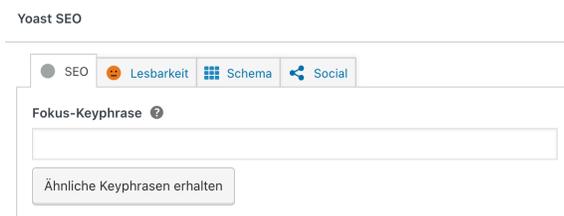
Bei WordPress gibt es leider keine Möglichkeit die Meta Angaben ohne ein Plug-in zu hinterlegen.

Falls du es noch nicht gemacht hast, lade dir hierfür [Yoast SEO](#) herunter und aktiviere es. Die kostenlose Version reicht hierfür vollkommen aus!

Nach der Installation klicke auf die Seite (oder den Beitrag), die du **im Bearbeitungsmodus** bearbeiten möchtest und scrolle runter bis du zu den Einstellungen von Yoast gelangst.



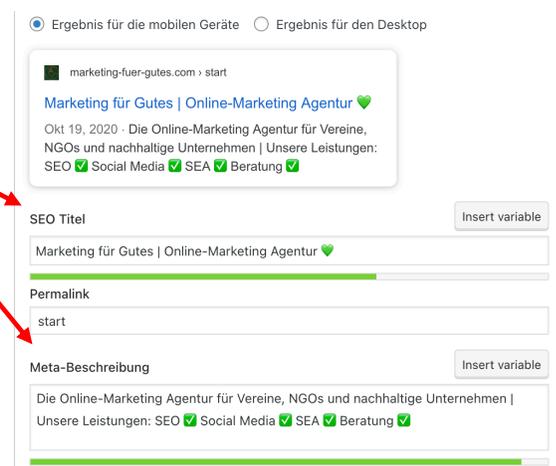
Hier kannst du auch dein Haupt-Keyword oder wie es Yoast nennt, deine Fokus-Keyphrase hinterlegen um Feedback von Yoast zu erhalten, dies zeigt dir jedoch nur eine Tendenz auf.



Definiere nun bei *SEO Titel* deinen Seitentitel und bei der *Meta-Beschreibung* deine Beschreibung.

Vergiss nicht dein **Haupt-Keyword** in den Meta Angaben zu platzieren.

Tipp: Um die richtige Länge zu hinterlegen, kannst du auch <https://woerter-zaehlen.de/> nutzen, denn Wörter sind nicht gleich Zeichen.



Anschließend kannst du deine Einstellungen mit dem SEO Minion überprüfen.

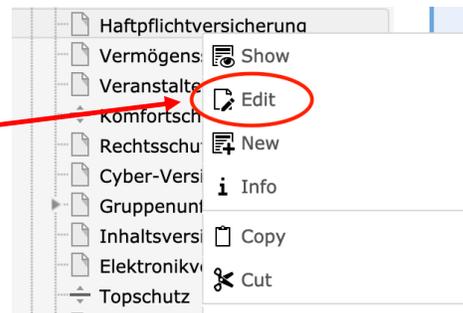
Anmerkung: Bis Google oder eine andere Suchmaschine deine neuen oder veränderten Einstellungen ausspielt, können jedoch **2-3 Wochen** vergehen.

4.4. Titel und Meta Beschreibung hinterlegen

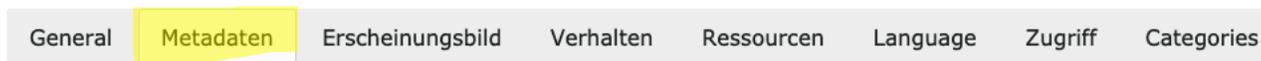
Typo3

Im Vergleich zu WordPress muss bei Typo3 nichts zusätzlich installiert werden, jedoch sind die Einstellungen ein wenig versteckt.

1. In deinem Seitenbaum öffnest du mit Rechtsklick zusätzliche Möglichkeiten. Klicke anschließend auf Edit.



2. Als nächstes wählst du den Reiter *Metadaten* aus.



3. Hinterlege nun bei Title Tag deinen Seitentitel und bei Beschreibung deine Beschreibung.

Vergiss nicht dein **Haupt-Keyword** in den Meta Angaben zu platzieren.

Title Tag:

Canonical URL:

Meta-Tags

Schlagworte

Beschreibung

Tip: Um die richtige Länge zu hinterlegen, kannst du auch <https://woerter-zaehlen.de/> nutzen, denn Wörter sind nicht gleich Zeichen.

Anschließend kannst du deine Einstellungen mit dem SEO Minion überprüfen.

Anmerkung: Bis Google oder eine andere Suchmaschine deine neuen oder veränderten Einstellungen ausspielt, können **2-3 Wochen** vergehen.



4.5. Die richtige Überschriftenstruktur

Ein weiterer Fehler, der leider sehr weit verbreitet ist, ist eine fehlerhafte Überschriftenstruktur.

Je besser die Struktur deiner Seite ist, desto leichter verstehen Suchmaschinen deinen Inhalt und belohnen dies mit einer besseren Platzierung.

Für Überschriften werden die HTML-Befehle `<h1>` bis `<h6>` genutzt. Dabei steht das `h` für das engl. „header“ = Überschrift. Die Zahl steht für die Wichtigkeit der Überschrift. Es gibt also bis zu 6 Ebenen bei Überschriften.

1 ist die größte und wichtigste und sollte nur 1-mal pro HTML-Seite vorkommen

...

6 die kleinste und somit unwichtigste (aber immer noch wichtiger als normaler Text)

Klingt jetzt komplizierter als es ist, wichtig ist nur, dass **jede Seite eine h1** hat und die Überschriftenstruktur **logisch aufgebaut** ist. Letzteres bedeutet, auf eine `<h2>` Überschrift können zum Beispiel zwei Absätze mit `<h3>` folgen, nicht aber mit `<h4>`. Die könnten lediglich wiederrum Absätze nach einer `<h3>` kennzeichnen.

Ein Beispiel zur Veranschaulichung:

Richtig

Ich bin die Hauptüberschrift

ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h2>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h3>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h3>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h2>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Falsch

Ich bin die Hauptüberschrift

ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h2>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h4>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h3>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

ich bin eine Zwischenüberschrift in `<h2>`

Ich bin ein Absatz. Ich bin ein Absatz.

Anmerkung: Die Suchmaschinen werten die `<h>`-Tags aus, deswegen lohnt es sich die Keywords in den Überschriften zu verwenden. Jedoch sollte das Keyword **sinnvoll** in den Überschriften benutzt werden, **zu oft oder ohne Kontext** werten Suchmaschinen negativ und können zu einer schlechteren Platzierung führen.

Tipp: Anstelle deines Keywords kannst du auch Synonyme einstreuen, liest sich auch besser. Für die Recherche von Synonymen nutzen wir die kostenlose Seite [OpenThesaurus](https://www.open-thesaurus.de/).

4.7. Überschriftenstruktur analysieren

Um zu sehen ob deine Überschriftenstruktur passt, öffne den SEO Minion und klicke auf *On-Page SEO analysieren*. Scrolle nun runter zu Bereich *Überschriften*. Hier kannst du dir alle Überschriften anzeigen lassen und mit Klick auf die Glühbirne wird die entsprechende Überschrift auf deiner Seite hervorgehoben.

Überschriften (20) Nach Typ Sortieren Keine Sortierung

No	Typ	Überschrift Text	
1	H1	Gemeinsam Gutes Tun	
2	H2	Zusammen mehr erreichen	
3	H2	Wir sind Marketing-Experten, die sich den wichtigen Themen widmen, nicht den wirtschaftlichsten	
4	H2	Gemeinsam für eine lebenswerte Welt	
5	H2	Zusammen Gutes tun	

[alle Überschriften anzeigen](#) [Herunterladen](#)

Überschriften (20) Nach Typ Sortieren Keine Sortierung

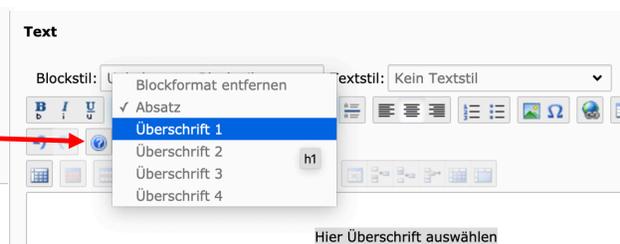
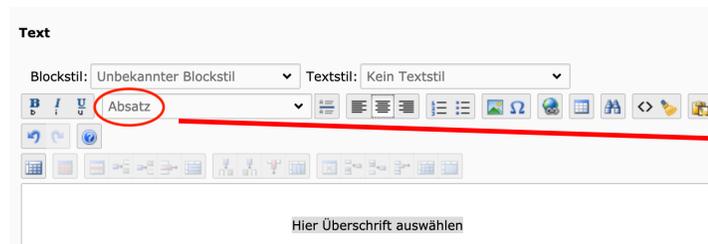
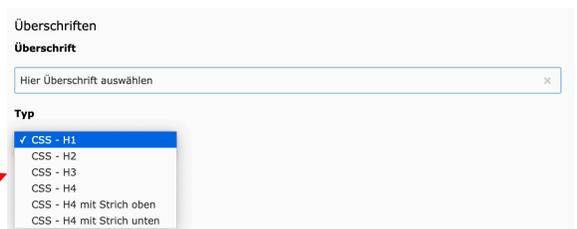
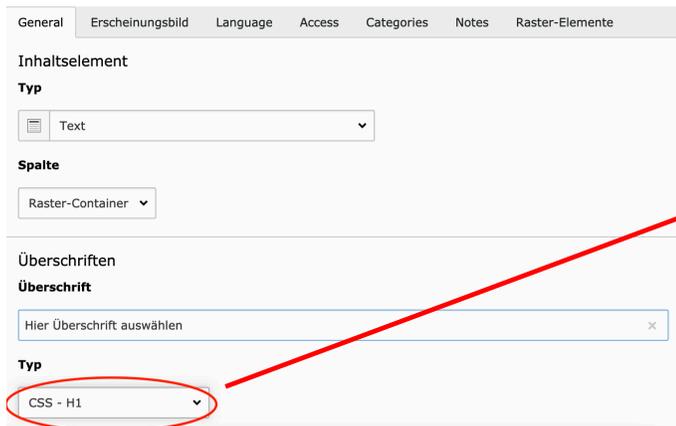
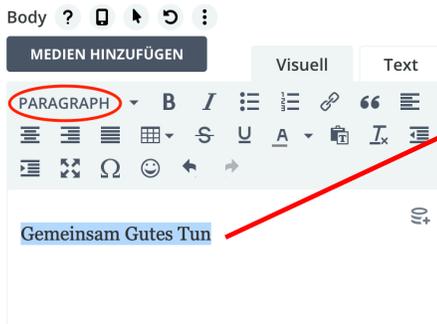
No	Typ	Überschrift Text	
1	H1	Gemeinsam Gutes Tun	
2	H2	Zusammen mehr erreichen	
3	H2	Wir sind Marketing-Experten, die sich den wichtigen Themen widmen, nicht den wirtschaftlichsten	
4	H2	Gemeinsam für eine lebenswerte Welt	
5	H2	Zusammen Gutes tun	

Nun kannst du die Überschriftenstruktur in deinem Content Management System anpassen, sollte noch ein Fehler angezeigt werden!

Auf der nächsten Seite erfährst du wie du die jeweilige Überschrift auswählen kannst.



Text





4.8. Bilder

Für uns gehören Bilder auch zu einem wichtigen Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Zum einen kann man mit der richtigen Verwendung die eigene Platzierung verbessern, zum anderen können auch Nutzer über die Bildersuche auf deine Seite gelangen. Hier gibt es einige Tipps & Tricks mit denen die richtige Nutzung von Bildern ganz leicht gelingt.

Anmerkung: Auf den Seiten [Pixabay](#) und [Pexels](#) findest du Bilder, die kostenlos & lizenzfrei benutzt werden können.

Anleitung

1. Größe von Bild & Datei anpassen:

Die Suchmaschinen bewerten deine Webseite besser, umso kürzer ihre Ladezeit beträgt. Da große Fotos lange benötigen um geladen zu werden, solltest du sie vor dem Hochladen verkleinern, um ein besseres Ranking auf Google zu erzielen.

✓ **Passe die Größe deines Fotos an!**

Es bietet sich hierfür an, ein kostenloses Online-Skalierungsprogramm zu verwenden, z. B. <https://www.iloveimg.com/de/bild-skalieren/jpg-skalieren>

Für ein reguläres Bild, das du in deinem Blog oder auf deiner Homepage benutzt sollten 1000 px (Pixel) Seitenlänge für die längste Seite genügen.

✓ **Passe die Dateigröße deines Fotos an!**

Umso kleiner die Datei ist, umso geringer sind die Ladezeiten deiner Fotos und somit deiner Homepage. Es ist also vor dem Hochladen nötig, die Datei zudem zu komprimieren, aber keine Angst, die Qualität bleibt die gleiche.

Das geht ganz einfach und kostenlos z. B. hier:

<https://tinypng.com/>

2. Benenne dein Foto richtig!

Google scannt auch die Titel deiner Fotos und bezieht sie in die Suche mit ein. Eine gute Gelegenheit also, deine wichtigen Stichworte oder Haupt-Keyword direkt im Titel unterzubringen. Benenne dein Foto also aussagekräftig und auf das Thema deiner Homepage oder deines Blogbeitrags bezogen – du kannst z. B. jedes Foto nach Zwischenüberschriften benennen. Achte darauf, dass du die einzelnen Worte mit Bindestrichen „-“, trennst! Beispiele für gute Fotobenennungen wären z. B.:

- ✓ wie-du-deine-fotos-richtig-benennst.jpg
- ✓ lade-fotos-optimiert-hoch.png
- ✓ tricks-fuer-eine-seo-optimierte-homepage.jpg

Anmerkung: *Kleinbuchstaben* sind Pflicht und Umlaute sind ein absolutes No-Go.

4.8. Bilder

3. Alt- und Title Tag mit Keyword versehen

Lade dein Foto auf die Homepage hoch und bearbeite bereits in der Mediathek den Titel sowie den Alternativtext – auch Alt-Tag genannt.

Dies hilft zum einen den Suchmaschinen deine Seite besser zu verstehen und verbessert zum anderen die Lesbarkeit deiner Seite, sollte sie mal etwas länger zum Laden brauchen.

In der Mediathek solltest du in beide Felder – „Titel“ und „Alt-Tag“ – die SEO-optimierte Benennung deines Fotos eintragen, diesmal allerdings mit Leerzeichen zwischen den Worten statt mit Bindestrichen, z. B.

- ✓ Wie du deine Fotos richtig benennst
- ✓ Lade Fotos optimiert hoch
- ✓ Tricks fuer eine SEO optimierte Homepage

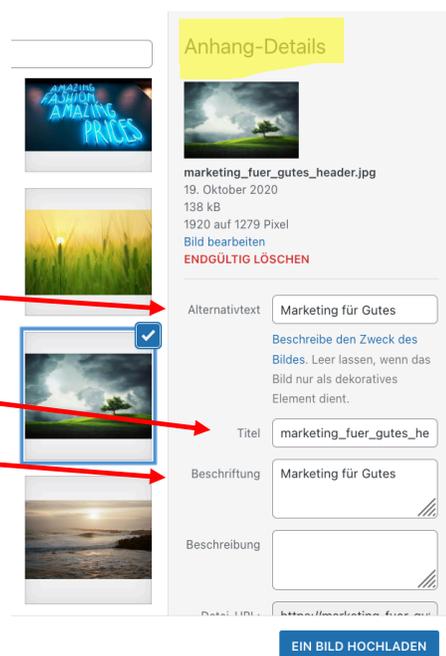
Anleitung WordPress

Sobald du dein Bild in WordPress hochgeladen hast, öffnet sich bei der Auswahl des Bildes die Anhang-Details.

1. Trage hier deinen Alternativtext ein

2. Der Titel wird automatisch übernommen

3. Ergänze noch eine Beschriftung



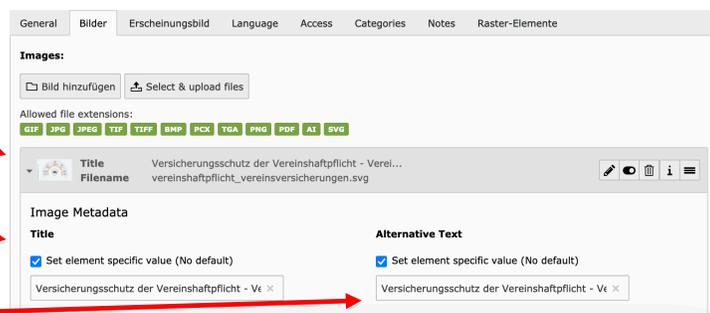
Anleitung Typo3

1. Klicke auf den Pfeil ▼ um die Image Metadaten einzublenden

2. Trage hier deinen Titel ein

3. Trage hier deinen Alternativtext ein

Edit Seiteninhalt on page



5. SEO Check

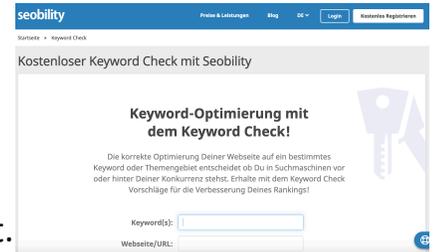
Mit diesen kostenlosen und einfachen Programmen kannst du überprüfen ob du dein Haupt-Keyword optimal auf deiner Seite integriert hast.

Seobility

Einfach die URL der zu optimierenden Seite eingeben sowie dein Haupt-Keyword und auf *Webseite analysieren* klicken.

URL: <https://freetools.seobility.net/de/keywordcheck/>

Es ist sehr intuitiv gehalten und deckt eine Überprüfung der Basics ab. Einziger Nachteil: Das Programm erkennt leider nicht, ob du das Keyword auch in der Domain hinterlegt hast.



Keywordoptimierung prüfen **Webseite analysieren**

Keyword Check **PDF Export** **Jetzt kostenlos registrieren!**

Übersicht der Keyword Analyse

Kategorie	Ergebnis
Metaangaben	100%
HTML-Optimierung	100%
Sonstiges	50%

Keyword Score

94%

Sonstiges **50% der Punkte**

Item	Status
Domain	Fehlt in der Domain: minimalismus

Domain für SEO

Anmerkung: Seobility bietet auch einen kostenlosen Account für eine Domain, mit dem du deine komplette Webseite optimieren kannst.

Seorch

Hier ist die Analyse detaillierter als Seobility, aber wenn du den Keywordcheck erfolgreich gemeistert hast, kannst du dich hieran versuchen.

URL: <https://seorch.de/>

6. Checkliste

- Ich habe die passenden Keywords recherchiert und verwende diese
- Ich habe die Fragen für einen allumfassenden Text recherchiert
- Ich berücksichtige die Suchintention der Suchmaschinen-Nutzer
- Ich verwende eine SEO-freundliche URL
- Meine Überschriftenstruktur ist fehlerfrei
- Mein Haupt-Keyword verwende ich in der h1 (am besten in einem Satz oder Frage)
- Meine Bilder haben die richtige Größe und sind komprimiert
- Ich habe die Alt- und Title Tags meiner Bilder mit meinem Haupt-Keyword versehen
- Ich habe einen SEO Check durchgeführt und habe ein ausgezeichnetes Ergebnis
- Ich fühle mich gut

Glückwunsch, du hast den SEO Guide – Basics abgeschlossen



Solltest du noch Fragen haben, melde dich gerne unter
info@marketing-fuer-gutes.com