

Checkliste: SEO Audit

Ein SEO Audit ist eine umfassende Überprüfung einer Website nach SEO-relevanten Gesichtspunkten.

|  |
| --- |
| **Onpage Check** |
| **Content allgemein:*** alle Inhalte für Google sichtbar, gut zugänglich und indexierbar
* Doppelte Inhalte vermieden
* Relevante Keywörter verwendet
* Überschriften (h1-h6) korrekt verwendet
* Kontaktangaben korrekt
* Alle rechtlich relevanten Angaben vorhanden

**Content-Struktur & Medien:*** Aufzählungen und Nummernlisten sinnvoll eingesetzt
* Bilder und Videos ergänzend zum Text verwendet
* Alle Bilder und Videos werden korrekt angezeigt
* Alt-Tag bei Bildern verwendet
* Strukturierte Daten eingebunden
 | **Snippet-Optimierung:*** Titel und Description: Länge und Formulierung passend
* Doppelte Inhalte vermieden
* Relevante Keywörter verwendet
* Rich Snippets optimiert

**Links:*** Title-Attribut vorhanden
* Beschreibende Ankertexte verwendet
* Externe Links in neue Fenstern oder Tabs öffnen
* Alle Links funktionieren (keine Broken Links)

**Navigation:*** Logische Navigationsstruktur vorhanden
* Breadcrumb Navigation verwendet
* Basislinks (Home, Kontakt, Impressum, etc.) von überall aus erreichbar
 |

|  |
| --- |
| **Offpage Check** |
| **Backlinks:*** Anzahl aller vorhandenen Backlinks (Linkpopularität)
* Anzahl der verweisenden Domains (Domainpopularität)
* Qualität der Backlinks (Toxicity Score)
* Themenrelevanz der Backlinks
* Sinnvolle Linkziele und Ankertexte verwendet
* Alle Links funktionieren (keine Broken Links)
 | **Ergänzend zur Website:*** Alle Einträge auf externen Plattformen und sozialen Netzwerken korrekt, rechtskonform und stringent (NAP – Name, Address, Phone Number)
* Alle Social-Media-Profile aktuell
* Aktuelle, regelmäßige Postings vorhanden
* Bewertungen/Reviews gepflegt und ggf. kommentiert
 |

|  |
| --- |
| **Technik-Check** |
| **Monitoring:*** Web-Analyse- und Webmaster Tools vorhanden und eingebunden

**Pagespeed:*** Überflüssiger Programmcode
* Bildkomprimierung

**Mobile Darstellung:*** Lesbarkeit
* Navigation/Bedienbarkeit
* Korrekte Funktion aller Anwendungen
 | **URL-Struktur:*** Sprechende URLs
* Einheitliche Namenskonvention
* Überflüssige URLs
* Weiterleitungen/Redirects

**Sonstiges:*** Status Codes - 5xx, 4xx, 3xx, etc.
* SSL-Zertifikat
* Strukturierte Daten
 |

|  |
| --- |
| **Nutzererfahrung (UX)-Check** |
| Mit den Core Web Vitals von Google hat die User Experience (UX) der Website für das Erreichen von Top-Rankings an Bedeutung zugenommen. Es geht hier nicht um Zieloptimierung oder Umsatzsteigerung, sondern darum, dass Nutzer:innen sich auf der Website gut zurechtfinden und sie gut bedienen können. |
| * Tools zum Monitoring und Optimierung (z.B. Web-Analyse und/oder A/B-Test) vorhanden
* Navigation intuitiv und verständlich
* Aussagekräftige CTAs
* Klare, verständliche und gut strukturierte Texte
* Logische und hilfreiche interne Verlinkungen
* Auf allen Endgeräten gut benutzbar
* Schnelle Ladezeiten
* Videos und Audiodateien starten nicht automatisch
* Werbung und Popups unaufdringlich, bzw. sinnvoll eingesetzt
 |

|  |
| --- |
| **Wettbewerbs-Check** |
| Ein Blick auf das Konkurrenzumfeld der Website ist nicht zwingend nötig. Oft lassen sich aber aus Wettbewerbsanalysen auch Inspirationen für das eigene SEO finden. Entscheiden Sie selbst, wie umfänglich Sie diesen Punkt berücksichtigen. |
| * Traffic-Analyse des Wettbewerbs
* Ranking- und Keyword-Analyse der Mitbewerber
* Backlink-Analyse
* Onpage-Analyse
* Google Ads Analyse
* Social Media-Analyse
 |

Für eine professionelle SEO-Analyse ist tiefgreifendes Know-how und Erfahrung notwendig. Außerdem kommen eine Reihe verschiedener SEO-Tools zum Einsatz. Daher empfiehlt sich im Online-Marketing meistens ein strukturiertes Vorgehen, der in einem moderierten Workshop mit allen Beteiligen mündet. Wird der Audit dazu noch von einem Audit-Experte oder einer Expertin geleitet, umso besser. Denn dann stehen die Chancen hoch, dass das Ergebnis möglichst umfassend ausfällt, nah an der Realität (d.h. nicht allzu fehlerbehaftet) und aussagekräftig ist.