

Onpage Optimierung: Checkliste über 16 zentrale Aspekte

1. Benutze SEO freundliche URLs

Google weist darauf hin, dass die ersten 3-5 Wörter einer URL eine höhere Gewichtung haben und damit relevanter sind.

Achte also darauf, die URL kurz und relevant zu erstellen. Zudem sollte selbstverständlich die URL immer das Keyword von Interesse enthalten.

Mit anderen Worten:

Vermeide hässliche URLs: upvncersion.de/p=345

Oder lange URLs: upconversion.de/02-06-17/kategorie/seitentitel

2. Beginne die Überschrift eines Artikels mit dem relevanten Keyword

Der „title tag“ ist mit die wichtigste Onpage SEO Komponente. Je weiter das Keyword am Anfang der Überschrift (title) steht, desto größer ist dessen Bedeutung für die Suchmaschinen.

Wenn Du ganz gezielt für ein bestimmtes Keyword ranken willst, ist es auf jeden Fall ratsam diesen Begriff an den Anfang der Überschrift zu stellen.

3. Schmücke Deine Überschrift mit Adjektiven oder anderen Begriffen, die im Zusammenhang mit Deinem Ziel-Keyword stehen

Wenn Du Wörter wie „2017“, „besten“, „kostenlos“, „Testbericht“, „Checkliste“ etc. verwendest, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Du auch bei Long-Tail Versionen Deines relevanten Keywords rankst.

4. Achte darauf, dass für den Beitrags-Titel (Blog Post Title) der H1 Tag verwendet wird

Bei den meisten Content Management Systemen wie z.B. WordPress wird in der Regel automatisch bei der Hauptüberschrift der H1 Tag verwendet. In manchen Fällen kann es sein, dass diese Einstellung von bestimmten Themes überschrieben wird. Überprüfe also, ob Deiner Überschrift tatsächlich der H1 Tag zugeordnet wird. Auf jeder Seite sollte der H1 Tag nur einmal vorkommen.

5. Schaffe einen Mehrwert für den Leser, indem Du Multimedia Elemente Deinem Text hinzufügst

Multimedia Elemente wie Bilder, Skizzen oder Videos lockern den Text auf und ziehen die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich. Diese Elemente führen dazu, dass der User sich eingehender mit dem Content beschäftigt und auseinandersetzt – dies wiederum resultiert in einer verbesserten Bounce-Rate (die Anzahl der User, die die Seite nach wenigen Sekunden wieder verlassen, verringert sich) und erhöht die Verweil-Dauer der User auf der Seite.

Beides sind wichtige Ranking Faktoren im Sinne von Google.

Darüber hinaus wird mit Bildern angereicherter Content gerne in den sozialen Netzwerken geteilt.

6. Verwende den H2 Tag für Zwischenüberschriften

Platziere Dein relevantes Keyword in mindestens einer Zwischenüberschrift und achte darauf, dass hier der H2 Tag Verwendung findet.

7. Verwende Dein Keyword in den ersten 100 Wörtern

Dein Keyword sollte auf jeden Fall innerhalb der ersten 100-150 Wörter vorkommen. Höchstwahrscheinlich machst Du das ganz automatisch.

Aber es gibt nicht wenige, die Ihren Artikel mit einer langen Einleitung beginnen und dann das relevante Keyword erst sehr viel später im Text zum ersten Mal benutzen. Wenn Du das Keyword gleich zu Anfang im ersten Abschnitt einsetzt, wird es Google helfen zu erkennen, worum es in deinem Text wirklich geht.

8. Deine Webseite sollte mobilfreundliche sein (responsive Design)

Im Jahre 2015 hat Google angefangen, nicht mobilfreundliche Webseiten zu bestrafen. Wenn Du es nicht schon gemacht hast, solltest Du so schnell wie möglich Deine Webseite auf das „Responsive Design“ umstellen. Zum Beispiel werden fast alle modernen WordPress Themes nach diesem Design-Konzept programmiert.

9. Verwende ausgehende Links (Outbound Links)

Ausgehende Links, die zu themenrelevanten Webseiten führen, versetzen Google in die Lage zu erkennen, worum es bei den Inhalten auf der Seite geht. Zudem zeigt es Google, dass es sich bei Deiner Seite um ein Zentrum qualitativer Informationen handelt.

Es ist zu empfehlen, im Schnitt 2-4 Outbound Links pro 1000 Wörter zu verwenden. Das ist eine gute Daumenregel für die allermeisten Webseiten. Beachte jedoch, dass die Seiten, die Du verlinkst, das Thema widerspiegeln, um was es bei Dir geht. Versuche, wenn möglich, starke Autoritätsseiten zu verlinken (authority sites).

10. Interne Verlinkung

Die interne Verlinkung ist eine Maßnahme, der häufig nur wenig Beachtung geschenkt wird. Dabei ist es so einfach zu realisieren und gewinnt zunehmend an Bedeutung, je mehr Content (Artikel) auf einer Seite veröffentlicht wird.

Bei WordPress gibt es die Möglichkeit, am Ende eines Beitrags (Post) verwandte Beiträge anzeigen zu lassen. Dies kann mit einem entsprechenden Plugin realisiert werden.

Im Schnitt sollten 2-5 Links zu älteren Artikeln Deines Blogs eingebaut werden.

11. Verbessere die Geschwindigkeit Deiner Webseite (pagespeed)

Laut Google ist die Ladezeit einer Webseite ein Ranking Faktor. Schnelle Webseiten werden von Google mit einem besseren Ranking honoriert. Stelle auf jeden Fall sicher, dass die Ladezeit Deiner Seite 4 Sekunden nicht überschreitet. Laut einer Studie würden 75% der User eine Webseite nicht wieder besuchen wollen, wenn diese länger als 4 Sekunden zum Laden benötigt. Schnelle Seiten schaffen eine bessere User Experience.

Du kannst die Ladezeit Deiner Webseite hier überprüfen: [GTMetrix.com](https://gtmetrix.com).

Wie kannst Du die Ladezeit optimieren:

- **Bildoptimierung:** halte Bilder so klein wie möglich
- **Theme Optimierung:** Benutze keine Themes mit einem aufgeblähten Quellcode
- **Plugin Optimierung:** Verwende nur Plugins, die Du wirklich brauchst
- **Webhoster:** Vermeide ein Shared-Hoster Paket

12. Baue LSI Keywords ein (Latent Semantic Indexing)

LSI Keywords sind im Grunde Synonyme Deines relevanten Keywords. Um Wortwiederholungen zu vermeiden, verwenden die meisten Autoren in der Regel ganz automatisch Synonyme wichtiger Begriffe.

Wenn Du nach einem Keyword in Google suchst, werden unten auf der ersten Seite verwandte Suchbegriffe angezeigt. Von diesen kannst Du mit Sicherheit einige als Synonyme Deines Keywords verwenden.

13. Bilder-Optimierung

Stelle sicher, dass der Dateiname mindestens eines von Deinen Bildern im Text Dein Keyword enthält. (z.B. onpage-optimierung.jpg). Zudem sollte Dein Keyword auch Teil des Image Alt Textes sein.

14. Verwende Social Sharing Buttons

Likes und Shares auf Facebook und Co. haben möglicherweise keinen direkten Einfluss auf das Ranking einer Webseite. Wenn Du Deinen Content auf verschiedenen Plattformen teilst, wird die potentielle Leserschaft jedoch drastisch erhöht. Und je mehr Augen Dein Content zu sehen bekommen, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass Deine Artikel verlinkt werden.

15. Schreibe lange Texte

Gemäß einer Studie ranken längere Texte signifikant besser auf der ersten Seite von Google – „length“ is „strength“.

Umfangreicher und langer Content resultiert in einem besseren Ranking deines relevanten Keywords und verschafft Dir Besucher, Die Deine Seite über Long Tail Keywords finden.

Schreibe Artikel mit einem Umfang von 1000 oder mehr Wörter.

16. Erhöhe die Verweildauer auf Deiner Webseite (Boost Dwell Time)

Wenn der User sofort auf den „Zurück-Button“ klickt, nachdem dieser auf Deiner Seite gelandet ist, ist das an Google eine klare Botschaft: hier handelt es sich qualitativ um eine schlechte Webseite

Der Faktor Verweildauer wird von Google verwendet, um die Qualität des Inhalts einer Seite zu beurteilen. Du kannst die Verweildauer der Besucher auf Deiner Seite verwenden, indem Du attraktiven, fesselnden Content produzierst, der die Besucher begeistert.