

mahuki

SEO

CHECKLISTE



**SICHTBARKEIT FÜR
DEINE WEBSITE**



mahuki

Willkommen zu deiner SEO-Checkliste

Vielleicht kennst du das:

Du hast Zeit, Energie und vielleicht auch Geld in deine Website investiert. Sie sieht gut aus, deine Angebote sind klar formuliert – und trotzdem wirst du bei Google kaum oder gar nicht gefunden.

Das kann frustrierend sein. Vor allem dann, wenn du weißt, dass Menschen nach genau dem suchen, was du anbietest.

Die gute Nachricht:

In den meisten Fällen liegt es nicht daran, dass dein Angebot nicht gut genug ist. Und auch nicht daran, dass Google dich „nicht mag“. Häufig fehlen einfach ein paar grundlegende Bausteine – klare Struktur, saubere Keywords oder technische Einstellungen.

Genau hier setzt diese Checkliste an.

Was dich in dieser Checkliste erwartet

Diese SEO-Checkliste führt dich Schritt für Schritt durch die wichtigsten Grundlagen, damit deine Website überhaupt die Chance hat, bei Google sichtbar zu werden.

Du bekommst:

- verständliche Erklärungen ohne unnötige Fachbegriffe
- konkrete Prüfpunkte, die du direkt umsetzen kannst
- Hinweise auf hilfreiche Tools
- und vor allem: Klarheit darüber, wo du gerade stehst

Sie ersetzt keine langfristige SEO-Strategie – aber sie zeigt dir, ob deine Basis stimmt. Und genau diese Basis entscheidet darüber, ob deine Website gefunden werden kann oder nicht.

Für wen diese Checkliste gedacht ist

Diese Checkliste ist ideal für dich, wenn:

- deine Website nicht bei Google gefunden wird
- du unsicher bist, ob deine Seiten richtig aufgebaut sind
- du bereits ein SEO-Tool nutzt, aber nicht genau weißt, worauf es wirklich ankommt
- du Struktur statt Zufall in deine Sichtbarkeit bringen möchtest

Du brauchst kein technisches Vorwissen. Du brauchst nur die Bereitschaft, deine Website einmal bewusst und strukturiert durchzugehen.

Bevor du startest

Nimm dir für die Checkliste am besten etwas Ruhe.

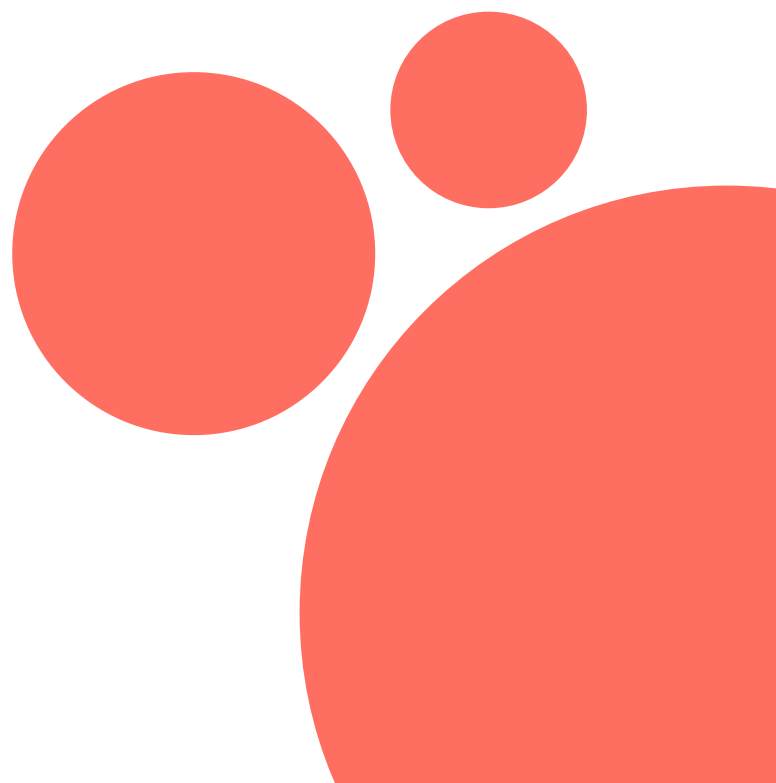
Öffne deine Website in einem separaten Tab und arbeite Punkt für Punkt durch.

Es geht nicht darum, alles perfekt zu machen.

Es geht darum, Klarheit zu bekommen.

Denn Sichtbarkeit beginnt nicht mit Tricks.

Sie beginnt mit Struktur.

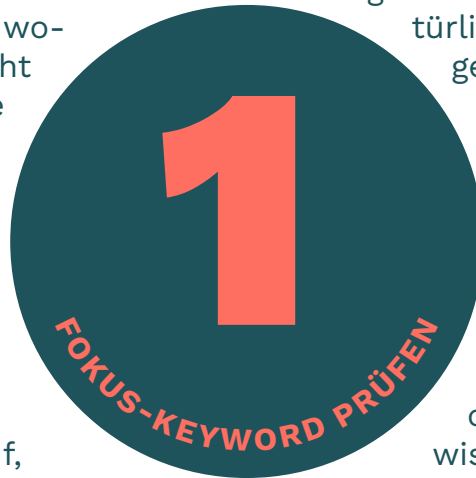


Warum:

Google findet deine Seiten über Keywords. Wenn das richtige Keyword fehlt, bleibt deine Website unsichtbar, egal wie gut dein Angebot ist. Keywords sind das Signal an Google, warum es auf deiner Seite geht – und damit die Grundlage für Sichtbarkeit.

Handlung:

Überlege dir genau, welche Wörter oder Phrasen deine potenziellen Besucher:innen nutzen, wenn sie nach deinem Angebot suchen. Achte darauf, dass dein Fokus-Keyword klar und präzise ist. Prüfe, ob es in der H1 deiner Seite, im Title-Tag, in der Meta-Description und idealerweise auch in der URL vorkommt.



Hinweis:

Tools wie RankMath, Yoast SEO oder Google Keyword Planner können Vorschläge machen, ersetzen aber nicht die sorgfältige Umsetzung. Setze das Keyword natürlich ein, ohne dass es erzwungen wirkt. Ein Keyword alleine sorgt noch nicht für Sichtbarkeit – es muss in Zusammenhang mit Struktur und Inhalten stehen.

Tiefergehender Tipp:

Denke in Suchintentionen, nicht nur in Keywords. Frag dich: „Was will jemand wirklich wissen oder erreichen, der genau diesen Begriff sucht?“ Damit stellst du sicher, dass dein Keyword nicht nur vorhanden ist, sondern relevant für deine Zielgruppe.

Warum:

Google versteht Inhalte über Struktur. Eine klar gegliederte Hierarchie hilft sowohl Suchmaschinen als auch Besucher:innen, den Inhalt schneller zu erfassen. Eine gute Struktur erhöht die Verweildauer und senkt Absprungraten.

Handlung:

Prüfe, ob jede Seite nur eine H1 enthält und dass diese das Hauptthema prägnant beschreibt. Nutze H2 für die Hauptabschnitte und H3 für Unterpunkte. Inhalte sollten logisch aufgebaut sein: Hauptthema → Unterthema → Details.

Hinweis:

Interne Verlinkungen sollten sinnvoll sein, also thematisch passend auf relevante

Seiten zeigen. Das hilft Google zu verstehen, wie die einzelnen Seiten zusammenhängen.



Tiefergehender Tipp:

Nutze Überschriften, um Lesefluss und SEO gleichzeitig zu bedienen. Eine H2 könnte z. B. ein Problem formulieren („Warum Google meine Seite nicht findet“) und H3s die Lösungen bzw. Details liefern. So bekommen Besucher:innen einen schnellen Überblick, und Google erkennt die Wichtigkeit der Inhalte.

Handlungshinweis:

Gehe deine Seiten Schritt für Schritt durch und schreibe dir auf, wo Abschnitte fehlen oder unklar sind. Danach kannst du gezielt Überschriften ergänzen und Inhalte strukturieren.

Warum:

Google bewertet den Text auf deiner Website, um Relevanz zu erkennen. Klar formulierte, verständliche Texte erhöhen die Chance auf gute Platzierungen und gleichzeitig die Nutzerzufriedenheit.

Handlung:

Prüfe, ob deine Texte lesbar und verständlich sind. Nutze kurze Absätze, Bulletpoints und Zwischenüberschriften, um die Lesbarkeit zu verbessern. Dein Fokus-Keyword sollte natürlich eingebaut sein, idealerweise 1–2 Mal pro Abschnitt.

Hinweis:

Überlade die Texte nicht mit Keywords („Keyword-Stuffing“), das wirkt unnatürlich und kann schaden. Ergänze Bilder,

Grafiken oder Diagramme mit ALT-Texten, die dein Keyword beschreiben – das unterstützt Google zusätzlich und verbessert die Barrierefreiheit.



Tieferehender Tipp:

Versetze dich in die Perspektive deiner Besucher:innen. Welche Fragen könnten sie haben? Werden diese Fragen in deinem Text beantwortet? Wenn nicht, ergänze kurze Absätze, die die Fragen klar und verständlich beantworten.

Handlungshinweis:

Wenn du Content prüfst, markiere Absätze, die zu lang oder unverständlich sind, und kürze sie. Prüfe auch die Lesbarkeit mit Tools wie Hemingway Editor oder Yoast SEO Lesbarkeitsanalyse.

Warum:

Der Title-Tag und die Meta-Description erscheinen in Google. Sie beeinflussen, ob Nutzer:innen auf deine Seite klicken, selbst wenn das Ranking noch nicht perfekt ist.

Handlung:

Prüfe den Title-Tag (ca. 50–60 Zeichen) und die Meta-Description (ca. 155 Zeichen). Stelle sicher, dass das Fokus-Keyword enthalten ist und die Beschreibung klar macht, welchen Nutzen Besucher:innen auf deiner Seite finden.

Hinweis:

Eine Meta-Description allein erhöht nicht das Ranking, aber sie steigert die Klickrate erheblich. Sie sollte informativ, klar und handlungsorientiert sein.



Tieferehender Tipp:

Schreibe Meta-Daten so, dass sie neugierig machen und Vertrauen schaffen. Zum Beispiel: „Website wird nicht bei Google gefunden? Erfahre Schritt für Schritt, wie du sichtbar wirst und planbar Anfragen bekommst.“

Handlungshinweis:

Prüfe jede Seite deiner Website auf Meta-Daten und aktualisiere veraltete Beschreibungen. Nutze Tools wie RankMath für Vorschauen und Optimierungshinweise.

Warum:

Google muss deine Seiten überhaupt erst sehen. Wenn sie nicht indexiert sind, tauchen sie in den Suchergebnissen nicht auf, egal wie gut der Inhalt ist.

Handlung:

Prüfe, ob deine Seiten indexiert sind, indem du „site:deinedomain.de“ in Google eingibst. Richte die Google Search Console ein, reiche deine Sitemap ein und überprüfe Crawling-Fehler oder blockierte Seiten.

Hinweis:

Nur das Einrichten reicht nicht. Du solltest die Daten regelmäßig prüfen und daraus Maßnahmen ableiten. Zum Beispiel: Nicht indexierte Seiten freigeben oder Robots.txt anpassen.

Tieferehender Tipp:

Lerne die Berichte in der Google Search Console kennen: Crawling-Fehler, Mobile-Usability, Core Web Vitals. Auch wenn es erstmal komplex wirkt, hilft es, Schritt für Schritt die Daten zu verstehen und gezielt zu optimieren.

Handlungshinweis:

Lege dir einen wöchentlichen oder monatlichen Check ein, um Indexierungsprobleme früh zu erkennen.

**Warum:**

Google erkennt die Beziehungen zwischen Seiten über Links. Gute interne Verlinkung hilft, dass wichtige Seiten stärker ranken und Besucher:innen sich besser auf deiner Website orientieren.

Handlung:

Verlinke relevante Seiten innerhalb deiner Website. Nutze aussagekräftige Ankertexte, z. B. „SEO-Checkliste herunterladen“. Achte darauf, dass jede wichtige Seite mindestens 1–2 interne Links erhält.

Hinweis:

Interne Links erleichtern Google die Bewertung deiner Website und verbessern gleichzeitig die Nutzererfahrung. Sie können auch die Sichtbarkeit von Unterseiten erhöhen, die sonst schwer gefunden werden.

Tieferehender Tipp:

Überprüfe alte Inhalte regelmäßig und ergänze neue interne Links. Vermeide „leere“ Links ohne Kontext oder Links, die ins Leere führen – das kann Besucher:innen irritieren.



Warum:

Ladezeit, Mobile-Freundlichkeit und saubere Codestruktur beeinflussen Sichtbarkeit und Nutzererfahrung. Langsame Seiten oder schlechte Darstellung auf Smartphones wirken sich negativ aus.

Handlung:

Prüfe die Ladegeschwindigkeit mit PageSpeed Insights. Achte darauf, dass die Website mobilfreundlich ist. Bilder sollten optimiert sein (Dateigröße reduzieren, ALT-Texte vergeben). Vermeide doppelte Inhalte auf deiner Website.

Hinweis:

Technische SEO ist die Basis für alle weiteren Optimierungen. Kleine Probleme

summieren sich – ein sauberer technischer Aufbau spart später viel Zeit und sorgt für bessere Rankings.

Tieferehender Tipp:

Prüfe regelmäßig Core Web Vitals (Ladezeit, Interaktivität, visuelle Stabilität). Wenn du hier Defizite siehst, priorisiere diese zuerst – Google misst die Nutzererfahrung stark über diese Kennzahlen.

Handlungshinweis:

Teste deine Website auf Desktop und Mobile. Notiere alle Probleme und arbeite sie Schritt für Schritt ab.

**Warum:**

Am Ende zählt das Ergebnis. Es bringt nichts, alle Punkte umzusetzen, wenn du nicht prüfst, ob Google dich überhaupt findet.

Handlung:

Suche dein Fokus-Keyword in Google. Wird deine Seite angezeigt? Prüfe unterschiedliche Geräte wie Desktop und Smartphone. Notiere Positionen und beobachte die Entwicklung über einige Wochen.

Hinweis:

SEO ist ein Prozess. Veränderungen brauchen Zeit. Regelmäßige Kontrolle zeigt dir, welche Optimierungen Wirkung zeigen und wo du nachjustieren musst.

**Tieferehender Tipp:**

Dokumentiere deine Schritte und Erfolge in einer kleinen Tabelle. So siehst du die Entwicklung und kannst gezielt Verbesserungen einplanen.

BONUS-HINWEISE

SEO ist ein Prozess, kein Schnellschuss.

Einmal optimieren reicht nicht. Sichtbarkeit entsteht durch regelmäßige Überprüfung und gezielte Anpassungen.

Tools sind Hilfsmittel – keine Strategie.

RankMath, Google Search Console oder PageSpeed Insights geben Hinweise. Entscheidend ist, wie klar deine Inhalte strukturiert und ausgerichtet sind.

Klarheit vor Masse.

Bevor du ständig neue Inhalte erstellst, optimiere deine wichtigsten Seiten sauber und strukturiert.

Geduld zahlt sich aus.

SEO braucht Zeit. Veränderungen zeigen sich oft erst nach mehreren Wochen – dafür wirken sie nachhaltig.