

# Checkliste: Web-Optimierung von A-Z

Anleitung: So nutzt du die Checkliste

1. Lade dieses PDF auf deinen Rechner herunter.
2. Diese Checkliste ist online bearbeitbar.
3. Alternativ kannst du die Vorlage ausdrucken und mit Stift und Papier arbeiten.
4. Bei Fragen wende dich jederzeit gerne an [info@code2content.de](mailto:info@code2content.de) oder kontaktiere uns über unsere Website [www.code2content.de](http://www.code2content.de)

*Es gibt keine SEO-Texte. Es gibt nur Qualität.*

## Absätze

- Ist der Text in sinnvolle Absätze mit Zwischenüberschriften gegliedert?

## ALT-Tag

- Gibt es einen Alternativtext, der lesbar ist, wenn das Bild/die Grafik nicht angezeigt werden kann?

## Bildbenennung

- Verwendest du möglichst klar verständliche Namen?
- Verzichtest du auf Unterstriche?
- Enthält das Bild das Keyword?

## Bildbeschreibung

- Existiert ein Text in HTML, der beschreibt, was auf dem Bild zu sehen ist?
- Ist die Länge ca. 100 Zeichen?

## Call-to-Action

- Gibt es einen Call-to-Action? (Handlungsaufforderung)

## Description

- Hast du eine Kurzbeschreibung des Seiteninhalts verfasst?
- Beträgt der Umfang max. 140 Zeichen?
- Nicht mehr als 1-2 kurze Sätze?
- Macht die Beschreibung neugierig und ist sie werblich angeteasert? (= macht Lust auf mehr)
- Enthält die Beschreibung themenverwandte Begriffe?
- Ist am Satzende eine Call-to-Action?

## Fakten

- Sind Fakten in Listenform aufgegliedert (Bulletpoints)?



## Grafiken

- Gibt es eine Bildunterschrift, einen Bildtext und ein ALT-Tag für die im Text verwendeten Grafiken und Bilder?

## Headlines

- Sind die Headlines (H1-H6) als solche ausgewiesen und hierarchisch aufgebaut?
- Enthält die H1 das Haupt-Keyword?
- Sind die Headlines einzigartig?
- Strukturieren die Headlines den Inhalt und fassen das nachfolgende Thema zusammen?

## Intro

- Existiert ein kurzes Text-Intro, was dem Leser einen Überblick verschafft und ihm die Entscheidung erleichtert, ob es sich lohnt, weiterzulesen?

## Keywords

- Stehen die Keywords am Anfang der jeweiligen Überschrift?
- Soll der Text auf ein bestimmtes Keywords hin optimiert werden?
- Liegt die Keyword-Dichte bei ca. 2%?

## Links

- Sind die Links klar formuliert mit aussagekräftigen Keywords?
- Wird der Text intern verlinkt? Falls ja: „Sprechen“ die Links? (also statt „Hier klicken“ besser „Entdecke badische Weine“)
- Enthalten die Links einen Title-Text?

## Redigieren

- Wird der Text gegengelesen und korrigiert?

## Schlüsselbegriffe

- Stehen die wichtigsten Schlüsselbegriffe am Textanfang?



## Semantische Inhalte

- Enthält der Text zum Haupt-Keyword passende Synonyme und themenverwandte Begriffe?

## Signalwörter

- Sind wichtige Signalwörter im Fließtext fett gesetzt?

## Title

- Ist der Seitentitel aussagekräftig?
- Ist der Title zugleich die Headline?
- Enthält er am Anfang das Haupt-Keyword?
- Beträgt der Umfang max. 60 Zeichen?
- Ist er so gut und werblich getextet, dass er bei der Google-Suche zum Klicken animiert?

## Videos

- Existiert ein kurzer Text oder eine Überschrift für Videos auf der Seite?

## W-Fragen

- Werden alle wesentlichen W-Fragen im Text beantwortet?
- Ist dir bewusst, dass dein Leser im Schnitt 3 Sekunden auf der Website bleibt, um zu entscheiden, ob es sich lohnt weiterzulesen oder nicht?

