

Wie Sie ein SEO-Audit im Jahr 2021 auf Ihrer Seite durchführen können: Ein vollständiger Leitfaden

Der Anteil des organischen Suchverkehrs am gesamten Webseiten-Traffic beträgt [53.3%](#). Die Hauptquelle des Traffics ist definitiv Google. Ganze [92.96%](#) der Nutzer weltweit verwenden Textsuchanfragen, um in Google Image und Google Maps nach Informationen zu suchen. Diese Zahlen zeigen, wie wichtig das Audit Ihrer Webseite ist, um potentielle SEO-Fehler zu finden und zu beheben. In diesem Leitfaden erfahren Sie, wie Sie ein SEO-Audit durchführen können, um das Wachstum Ihrer Webseite zu gewährleisten.

Was ist ein SEO-Audit?

Durch das SEO-Audit einer Webseite ist es möglich Probleme zu identifizieren, die die Promotion Ihrer Webseite verlangsamen oder sogar dazu führen können, dass Ihre Webseite in den Suchergebnissen benachteiligt wird. Ein SEO-Audit hilft auch technische Probleme zu identifizieren, die Ihre Online-Plattform daran hindern könnten, eine bessere Platzierung in den Suchmaschinen zu erreichen. Ein SEO-Audit ist wichtig für das Wachstum Ihrer Webseite. Das Ziel ist es, den organischen Traffic von Suchmaschinen zu steigern.

Wann sollte man ein SEO-Audit durchführen?

Wann sollte man ein SEO-Audit für seine Webseite durchführen? Lassen Sie uns 5 Situationen anschauen, in denen Sie handeln müssen.

Sie veröffentlichen eine Webseite

Eine Webseite besteht aus verschiedenen Elementen, wie Struktur, Meta-Tags, Links usw. Durch die Durchführung eines SEO-Audits auf Ihrer Webseite, können Sie häufige Fehler und Probleme finden und beheben. Dadurch können Sie eine schnelle und problemfreie Online-Plattform erhalten, die vom ersten Tag an einwandfrei funktioniert.

Sie kaufen oder verkaufen eine Webseite

Wenn Sie den Ruf Ihres Unternehmens festigen möchten, dann müssen Sie Ihre Webseite unbedingt optimieren, bevor Sie sie verkaufen. Das Gleiche gilt für den Kauf einer Online-Plattform, besonders, wenn Sie viel dafür bezahlen müssen. Es ist egal, wie sehr Sie dem Verkäufer vertrauen, Sie müssen dennoch alle Bugs und Schwachstellen identifizieren, die in Zukunft Probleme verursachen könnten.

Sie nehmen Änderungen an Ihrer Webseite vor

Ein SEO-Audit ist auch dann notwendig, wenn Sie mehr als 20% der Daten Ihrer Webseite ändern oder das Format und/oder den Inhalt der Seiten anpassen, die für den meisten Traffic und die meisten Konversionen verantwortlich sind. Stellen Sie sich, dass Sie Ihre Webseite überprüfen, wenn Sie:

- Die URL ändern.
- Skripte hinzufügen.
- Den Stil ändern.
- Ein neues Design erstellen.
- Seiten hinzufügen/entfernen.
- Interne Links anpassen.
- Neue Sprachversionen hinzufügen.

Sie möchten den Status Ihrer Webseite überprüfen

Selbst wenn Sie keine Änderungen an Ihrer Webseite vorgenommen haben, kann es sein, dass es noch Probleme gibt, die das Wachstum Ihrer Webseite behindern. Zum Beispiel Weiterleitungen, defekte Links, doppelte Inhalte, indizierte Seiten, die für den Nutzer keinen besonderen Wert haben und andere Probleme.

Wir empfehlen deshalb mindestens einmal innerhalb eines bestimmten Zeitraums ein SEO-Audit durchzuführen. Zum Beispiel jeden Monat, alle 3 Monate oder alle 6 Monate, je nachdem, wie oft Sie Ihre Webseite anpassen.

Die gute Nachricht ist, dass Sie das nicht manuell tun müssen. Heutzutage gibt es eine Reihe intelligenter Werkzeuge, die Ihre Webseite in bestimmten Zeitabständen auf Fehler und Probleme überprüfen können.

Wenn zum Beispiel nicht indizierte Seiten gefunden werden, dann schickt [Sitechecker](#) die folgende Nachricht an den Benutzer:

Some indexed pages on <https://sitechecker.pro> have become noindexed Inbox X

notifications@sitechecker.pro
to me ▾

Fri, Jun 21, 2019, 11:42 AM ☆ ↶ ⋮

 **Sitechecker**

Alert for <https://sitechecker.pro>
Date: June 21, 2019 (11:42:44)

 **Some pages have become non-indexable**

There is a risk of losing traffic! All pages that are closed from indexing can't be returned in search results pages.

Changed pages: 3
<https://sitechecker.pro/de/traffic-checker/>
<https://sitechecker.pro/nl/traffic-checker/>
<https://sitechecker.pro/pl/traffic-checker/>

[View changes](#)

This alert was sent to you as part of your Sitechecker subscription. To update your email preferences [click here](#).

Sie entwickeln eine SEO-Strategie

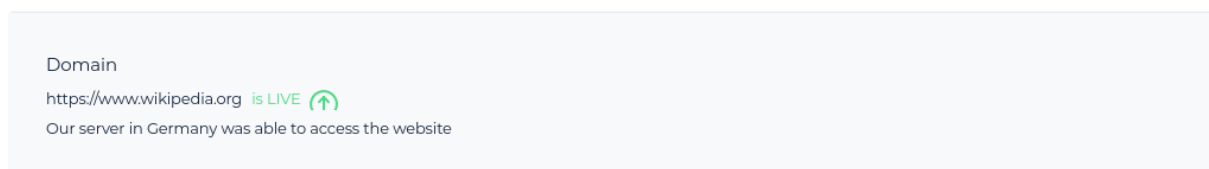
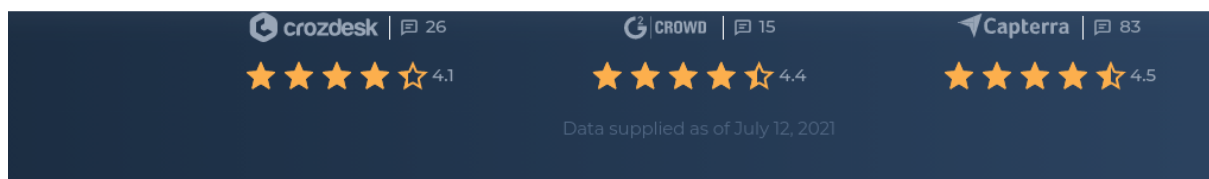
Sie müssen wissen, wie effektiv bestimmte Suchanfragen, Seiten, Backlinks usw. sind, um eine funktionierende SEO-Strategie entwickeln zu können. So können Sie die wichtigsten Seiten in Bezug auf Traffic und Konversion ermitteln.

Wie man ein SEO-Audit durchführt: 12 wichtige Schritte

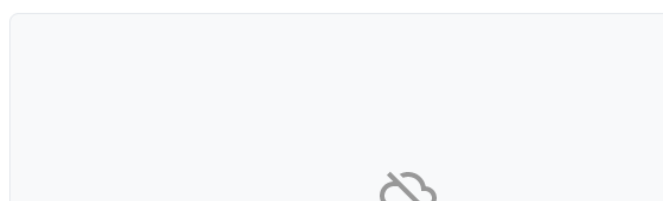
Sie wissen jetzt, dass ein umfassendes SEO-Audit Ihnen ermöglicht, Informationen über Ihre Webseite zu sammeln, die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe zu ermitteln, Ihre aktuellen SEO-Metriken zu überprüfen und technische Probleme zu identifizieren, die gelöst werden müssen. Wir haben eine 15-stufige Checkliste für die Durchführung eines aufschlussreichen SEO-Audits zusammengestellt. Gehen Sie diese Checkliste durch, um viele wertvolle Informationen zur Verbesserung Ihrer Webseite zu erhalten.

1. Überprüfen Sie die Zugänglichkeit Ihrer Webseite

Dieser Punkt ist einfach. Öffnen Sie Ihre Webseite auf jedem Gerät, das Sie zur Hand haben. Stellen Sie sicher, dass alle Seiten schnell geladen werden. Sie können auch ein spezielles Werkzeug ([Website Down Checker](#), [Host Tracker](#) oder [UptimeRobot](#)) verwenden, um zu prüfen, ob Ihre Webseite für Suchmaschinen sichtbar ist.



✓ Service status:	Up
ⓘ Ip adress:	91.198.174.192
✓ Response time:	25.572 s
✓ Response code:	200 OK



Wenn Sie sich an eine internationale Zielgruppe wenden, dann sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Webseite von verschiedenen Ländern aus aufgerufen werden kann. Sie können dazu das kostenlose Werkzeug [Uptrends](#) verwenden.

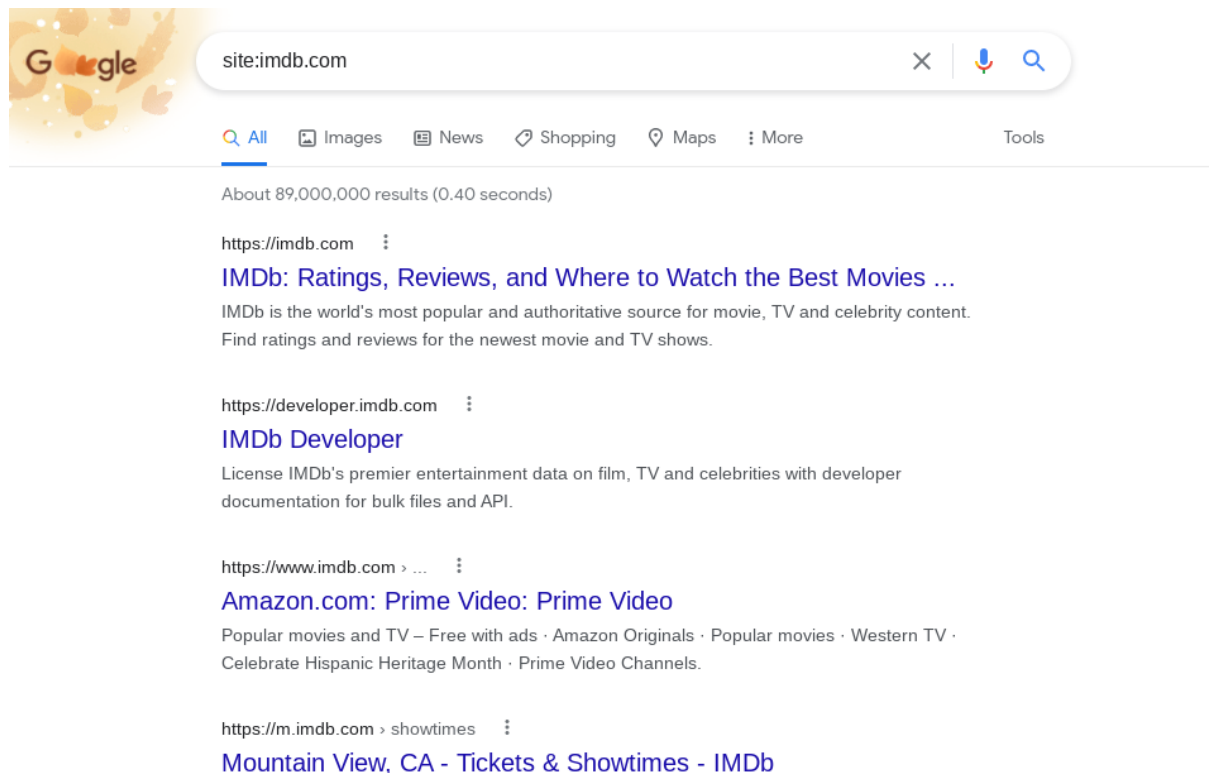
Wenn Ihre Webseite nicht aufgerufen werden kann, dann versuchen Sie herauszufinden, wo das Problem liegt. Die häufigsten Gründe sind abgelaufene Domains, ein Fehler bei der Aktualisierung des CMS oder eines Plugins, Hosting-Probleme, DDoS-Angriffe oder Hackeraktivitäten.

Es ist nicht möglich eines dieser Risiken vollständig auszuschließen. Sie können aber versuchen das Problem so schnell wie möglich zu erkennen und zu beheben. Wir empfehlen

die Verwendung einer Reihe von Werkzeugen zur Einrichtung automatischer Zugänglichkeitsprüfungen für Ihre Webseite. Auf diese Weise erfahren Sie sofort, wenn Ihre Webseite nicht mehr aktiv ist und können reagieren.

2. Stellen Sie sicher, dass die Seiten Ihrer Webseite in den Suchergebnissen angezeigt werden

Sie sollten überprüfen, ob die Nutzer die Seiten Ihrer Webseite in den Suchergebnissen sehen können. Auf die Webseiten-Rankings gehen wir weiter unten in diesem Leitfaden ein. Geben Sie „site:domain.com“ in die Google-Suchleiste ein. Das ist eine gängige Methode, um herauszufinden, welche Seiten Ihrer Webseite von Google indiziert werden. Wir werden diese Methode während unseres SEO-Audits wiederholt verwenden.



Was ist, wenn die Seiten Ihrer Webseite in der Google-Suche nicht erscheinen? Hier sind die Hauptgründe, warum Ihre Webseite nicht von Google indexiert wurde:

- Ihre Webseite ist noch zu neu.
- Sie haben keinen oder nur wenig Content auf Ihrer Webseite;
- Ihre Webseiten-Einstellungen verhindern, dass Google Ihre Seiten indiziert und scannt.
- Ihre Webseite wurde von Google bestraft.

Sie müssen Sie ein gründliches technisches Audit durchführen, um das Problem zu finden. Fahren Sie nicht mit den nächsten Schritten fort, bevor Sie dieses Problem behoben haben.

3. Stellen Sie sicher, dass Sie es keine doppelten URLs gibt

Wussten Sie, dass Google jede Version Ihrer Webseite indiziert? Schauen Sie sich diese URLs an:

<http://yoursite.com>

https://yoursite.com

http://www.yoursite.com

https://www.yoursite.com

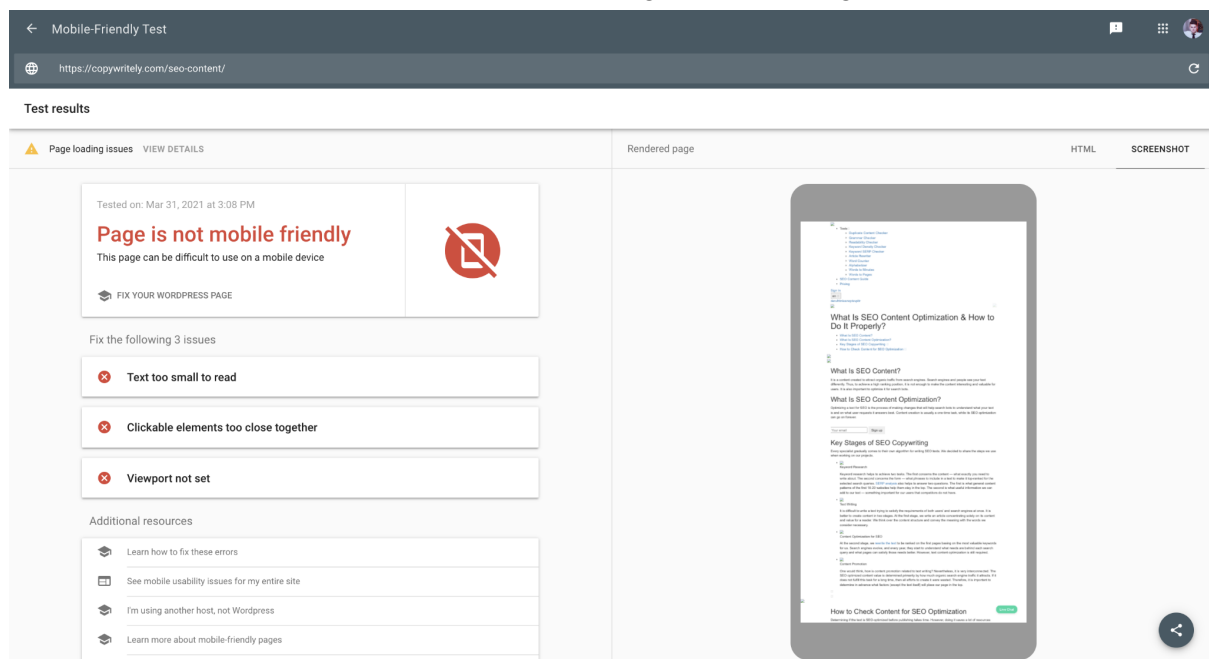
Für Sie sehen diese URLs vermutlich identisch aus, weil sie zu ein und derselben Webseite führen. Suchmaschinen funktionieren jedoch anders. Google zum Beispiel sieht diese Seiten als vier verschiedene Webseiten an. Und da alle diese Seiten die gleichen Texte, Bilder usw. verwenden, wird Ihre Webseite aus der Google-Suche entfernt, weil sie keinen einzigartigen Content bietet.

Eine todsichere Methode zur Lösung dieses Problems ist die Einrichtung einer 301-Weiterleitung zur bevorzugten URL. Wenn ein Benutzer eine dieser URLs eingibt, dann wird er jedes Mal automatisch an die von Ihnen gewählte Haupt-URL weitergeleitet.

4. Testen Sie Ihre Webseite auf verschiedenen Geräten

Immer mehr Menschen verwenden Smartphones und Tablets, um im Internet nach etwas zu suchen. Testen Sie Ihre Webseite daher nicht nur auf Desktop-Computern, sondern auch auf mobilen Geräten. Öffnen Sie die Seite auf Ihrem Smartphone und führen Sie einen [Mobile-Friendly Test](#) durch.

Auch wenn Ihre Webseiten schnell geladen und im mobilen Browser korrekt angezeigt werden, kann es sein, dass Google sie noch nicht als für mobile Geräte optimiert betrachtet. Wenn das der Fall ist, dann wird Sie dieses intelligente Werkzeug darüber informieren.



Im Abschnitt Details werden Sie die Liste der erkannten Probleme sehen.

Mobile-Friendly Test

https://copywritely.com/seo-content/

Page loading info

Tested on: Mar 31, 2021 at 3:08 PM

Page partially loaded

Not all page resources could be loaded. This can affect how Google sees and understands your page. Fix availability problems for any resources that can affect how Google understands your page.

LEARN MORE

Details

User agent: Googlebot smartphone

65 page resources couldn't be loaded

Resource	Type	Status
https://copywritely.com/wp-content/plugins/contact-form-7/includes/css/styles.css?ver=4.9.1	Stylesheet	Googlebot blocked by robots.txt
https://copywritely.com/wp-content/plugins/contact-form-7/includes/js/scripts.js?ver=4.9.1	Script	Googlebot blocked by robots.txt
https://copywritely.com/wp-content/plugins/paid-memberships-pro/css/frontend.css?ver=1.9.4.1	Stylesheet	Googlebot blocked by robots.txt
https://copywritely.com/wp-content/plugins/paid-memberships-pro/css/print.css?ver=1.9.4.1	Stylesheet	Googlebot blocked by robots.txt

Wenn Sie Ihre Webseite bereits zur Google Search Console hinzugefügt haben, dann wird die Liste der erkannten Probleme dort angezeigt.

Google Search Console

Inspect any URL in "https://copywritely.com/"

https://copywritely.com/ Mobile Usability

Source: Smartphone crawler Last updated: 3/30/21

99 3 issues 0 Valid

Impressions

Pages 120

80 40 0

12/31/20 1/12/21 1/24/21 2/5/21 2/17/21 3/1/21 3/13/21 3/25/21

Details

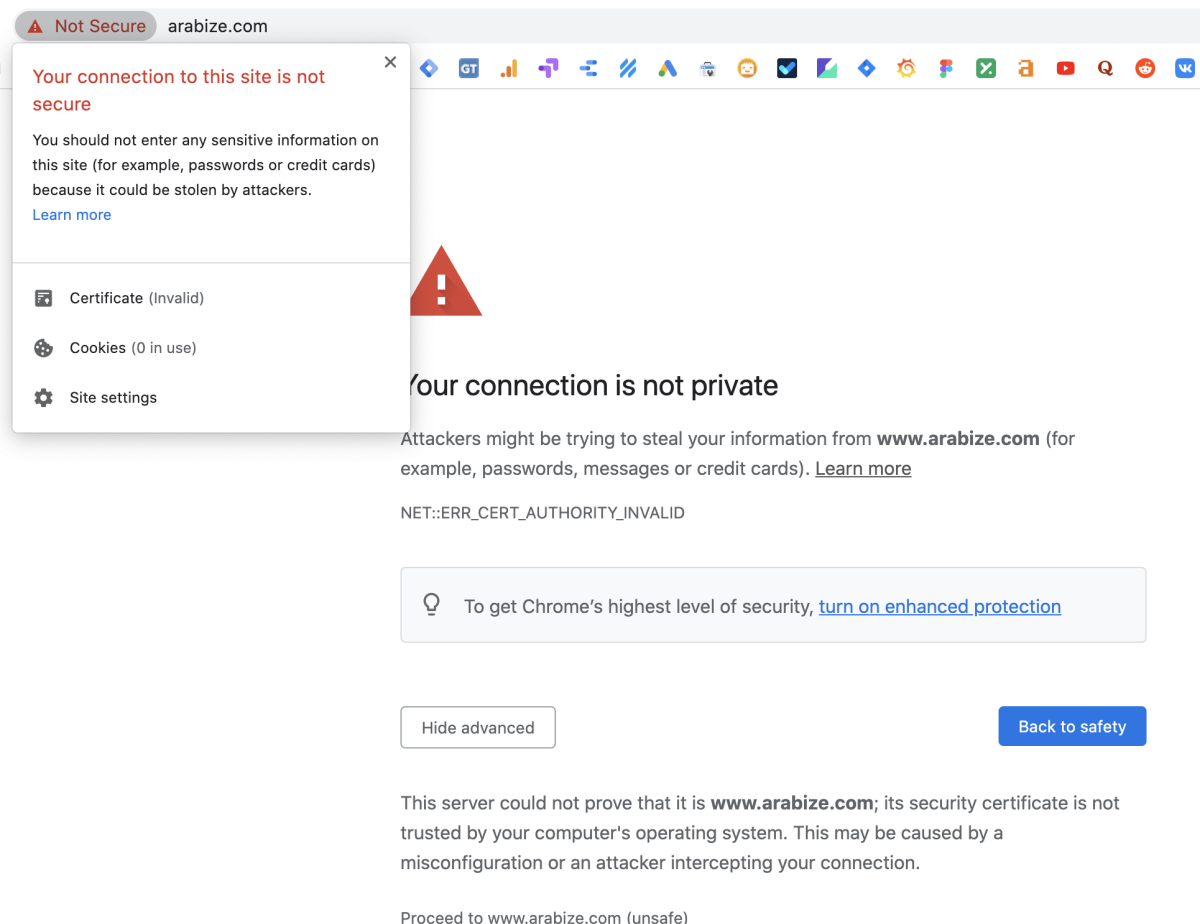
Status	Type	Validation	Trend	Pages
Error	Text too small to read	Not Started		99
Error	Clickable elements too close together	Not Started		99
Error	Viewport not set	Not Started		99

Rows per page: 10 1-3 of 3

5. Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite ein HTTPS-Zertifikat hat

Früher war das HTTPS-Zertifikat noch optional. Heutzutage ist die Verwendung von HTTPS aber ein Muss, auch für Webseiten, die keine Benutzerdaten sammeln oder Zahlungen akzeptieren.

Es ist unwahrscheinlich, dass ein neuer Besucher Ihre Webseite erneut aufrufen wird, nachdem er diese Meldung sieht:



Sie haben also keine andere Wahl, als ein HTTPS-Zertifikat zu verwenden. Wenden Sie sich an Ihren Hosting-Anbieter, um herauszufinden, wie Sie ein HTTPS-Zertifikat erhalten und/oder erneuern können.

6. Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite sicher ist

Ein HTTPS-Zertifikat zeigt den Nutzern, dass Ihre Webseite vertrauenswürdig ist. Ihre Webseite ist dadurch aber leider nicht vor bössartigen Bedrohungen geschützt. Es gibt viele Möglichkeiten, Malware illegal auf Ihrer Webseite zu installieren. Das Hacken der Plugins ist zum Beispiel eine gängige Methode, um eine Wordpress-Webseite anzugreifen. Sie wissen möglicherweise nicht einmal, dass die Daten Ihrer Benutzer in Gefahr sind.

Die beste Möglichkeit, um sich gegen diese Bedrohung zu schützen, ist die Verwendung des Berichts zu Sicherheitsproblemen in der Google Search Console. Sie können Ihre Webseite auch selbst mit Werkzeugen wie [Google Transparency Report](#) und [Website Safety Check](#) überprüfen.

Check site status

copywritely.com



Current status

✓ No unsafe content found

Site info

This info was last updated on Apr 1, 2021.

Site safety can change over time. Check back for updates.

7. Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite nicht auf der schwarzen Liste der E-Mail-Anbieter steht.

Solche schwarzen Listen (sowohl private als auch öffentliche) enthalten Domainnamen, E-Mail-Adressen und IP-Adressen, die für den Versand von Spam verwendet wurden.

Wenn E-Mail-Marketing ein Teil Ihrer Online-Marketing-Strategie ist, dann besteht die Gefahr, dass die URL Ihrer Webseite auf einer dieser Listen steht. Das kann natürlich Ihrem Ruf schaden und sich negativ auf Ihre Online-Werbung auswirken.

Sie müssen jede schwarze Liste einzeln überprüfen. Wenn Sie entdecken, dass Ihre Webseite auf der Liste steht, dann müssen Sie sich an die verantwortliche Person wenden und herausfinden, wie Sie das Problem beheben können. Wir empfehlen Ihnen [Website Blacklist Checker](#) zu verwenden. Dieses intelligente Werkzeug überprüft mehrere Spam-Blacklists gleichzeitig. [Postmaster Tools](#) von Google oder [MxToolBox](#) sind auch sehr hilfreich.

8. Überprüfen Sie Ihre noindex-Seiten

Hier können Sie wieder „site:domain.com“ verwenden! Geben Sie „site:domain.com“ in die Suchleiste ein, um sicherzustellen, dass Google die folgenden Seiten Ihrer Webseite nicht indiziert:

- Bilder-Seiten.
- Doppelte Seiten.
- Warenkorb.
- Technische Seiten.
- Seiten nach denen ein Nutzer wahrscheinlich nicht suchen wird.

Aber wie werden diese Seiten überhaupt indiziert? Die Gründe dafür sind vielfältig und reichen von Nachlässigkeit auf Seiten der Webseiten-Entwickler über technische Probleme bis hin zur fehlenden Einrichtung einer 404-Fehlerseite.

Wenn Sie Sitechecker verwenden, dann haben Sie Zugang zu einer Indexierungstabelle für Webseiten. Wenn Sie einen plötzlichen Anstieg der Zahl der indizierten Seiten bemerken,

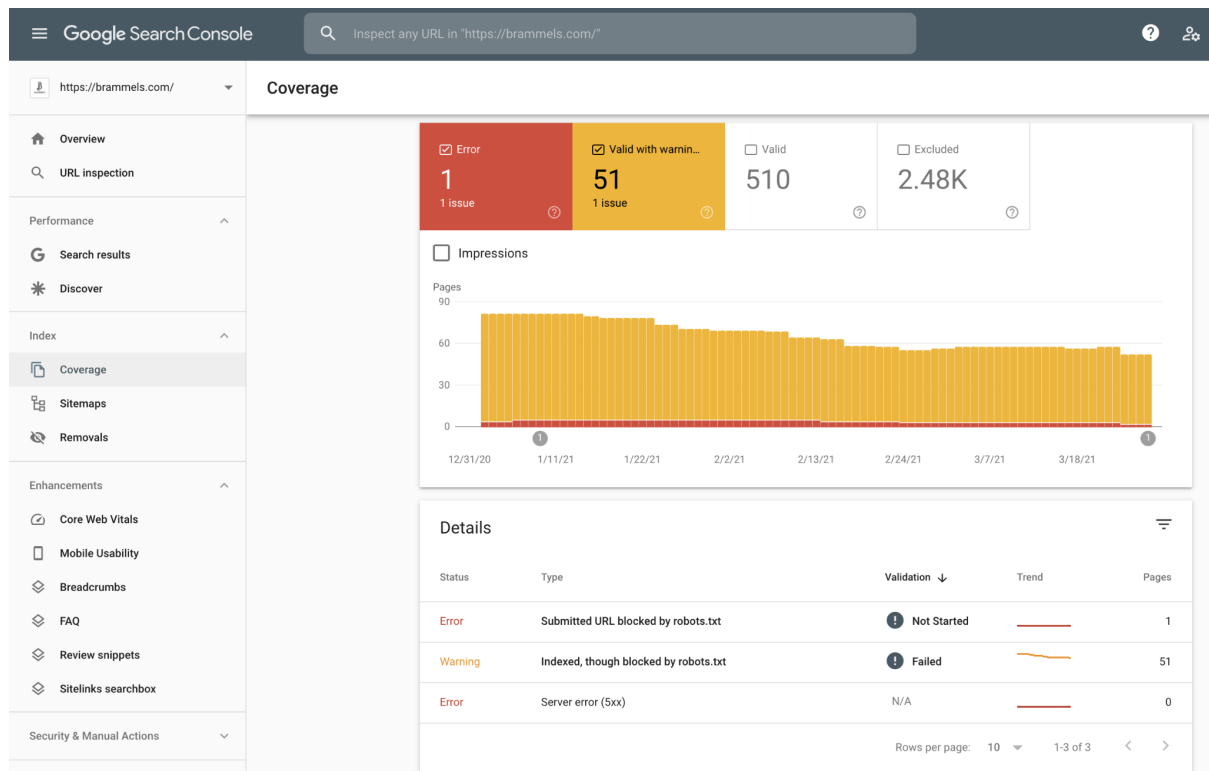
dann sollten Sie ein ungeplantes SEO-Audit durchführen, um herauszufinden, wo das Problem liegt.



9. Richten Sie robots.txt, sitemap.xml und 404-Fehlermeldungen ein

Auf diese Weise können Sie das Problem mit den falsch indizierten Seiten teilweise lösen. Warum ist das wichtig? Wenn in den Suchergebnissen zu viele Ihrer Seiten erscheinen, dann wird sich das negativ auf die Nutzererfahrung auswirken. Wenn ein Nutzer auf der falschen Seite landet, dann wird er sie sofort verlassen. Bei der Analyse des Nutzerverhaltens stuft Google solche Seiten schlechter ein. Google scannt diese Seiten auch seltener nach neuen Inhalten und die Indexierung dauert länger.

Mit Sitechecker können Sie leicht herausfinden, um welche Probleme Sie sich kümmern müssen. Denken Sie daran, dass Sie alles manuell erledigen müssen. Die Datei robots.txt teilt den Suchmaschinen mit, welche Seiten-URLs gecrawlt werden können und welche nicht und die Datei sitemap.xml enthält die Links zu allen relevanten Seiten Ihrer Webseite. Richten Sie außerdem eine 404-Fehlermeldung ein. Auf diese Weise wird dem Benutzer die Meldung „404 Seite nicht gefunden“ angezeigt, wenn die gesuchte Seite nicht existiert. Und Sie sollten außerdem auch den Abschnitt „Coverage“ in der Google Search Console im Auge behalten, um Indizierungs- und Scanprobleme rechtzeitig zu erkennen.



Und noch eine Sache. Wenn Ihre Seite das Scannen durch eine robots.txt Datei blockiert, dann bedeutet das nicht, dass Google diese Seite nicht indizieren wird. Wenn Sie Google davon abhalten möchten, eine bestimmte Seite zu indizieren, dann müssen Sie die noindex-Direktive zum Robots-Meta-Tag oder X-Robots-Tag hinzufügen.

10. Überprüfen Sie, ob es fehlerhafte Links und Weiterleitungen gibt

Im Laufe der Entwicklung Ihrer Webseite haben Sie oder Ihr Team wahrscheinlich Seiten entfernt, Seiten-URLs geändert und andere Anpassungen vorgenommen. Auf Ihrer Webseite kann es daher jetzt eine Reihe von defekten Links und Weiterleitungen geben. Schauen wir uns an, was jeder dieser Begriffe bedeutet.

- Ein defekter Link führt zu einer Seite, die nicht funktioniert oder nicht existiert. Das kann z.B. passieren, wenn Sie die Seite entfernt, aber die URL nicht geändert haben oder wenn Sie bei der Eingabe der URL einen Tippfehler gemacht haben.
- Eine Weiterleitung ist eine Möglichkeit, um Benutzer von einer Seite zu einer anderen weiterzuleiten.

Eine kleine Anzahl von defekten Links und Weiterleitungen wird Ihre SEO-Bemühungen nicht beeinträchtigen. Sie könnten aber die Benutzerfreundlichkeit beeinträchtigen. Wenn ein Benutzer auf die URL klickt, dann gelangt er nicht auf die gewünschte Seite. Lange Weiterleitungen verschwenden die Zeit des Nutzers, vor allem, wenn die Internetverbindung langsam ist.

Google-Bots betrachten defekte Links und Weiterleitungen in den folgenden Fällen als Problem:

1. Wenn defekte Links und Weiterleitungen auf relevanten Seiten gefunden werden, die für den meisten Traffic verantwortlich sind. Wenn Sie dieses Problem nicht beheben, dann wird Google solche Seiten nicht mehr crawlen. Denken Sie daran, dass es schwierig sein wird, die vorherige Platzierung wiederherzustellen.

2. Wenn eine Webseite viele defekte Links und Weiterleitungen hat. Das führt zu Schwierigkeiten beim Scannen von Webseiten. Problematische Seiten vergeuden die Crawling-Zeit, d.h. die Zeit, die Google für das Scannen Ihrer Webseite aufwendet. Es ist essentiell, fehlerhafte Links und lange Weiterleitungsketten zu identifizieren, bevor sie zu einem echten Problem werden.



Alert for <https://www.whitehouse.gov>

Date: May 25, 2020 (07:47:18)

! Some pages have become broken

There is a risk of losing traffic! URLs return a 404 error to the user when he navigates through them. The broken links do not lead the user or search engine anywhere useful because the page does not exist on the web. Therefore, these broken links should be found and "cleaned out" from your website.

Changed pages: [3](#)

[View changes](#)

11. Überprüfen Sie die Ladezeit

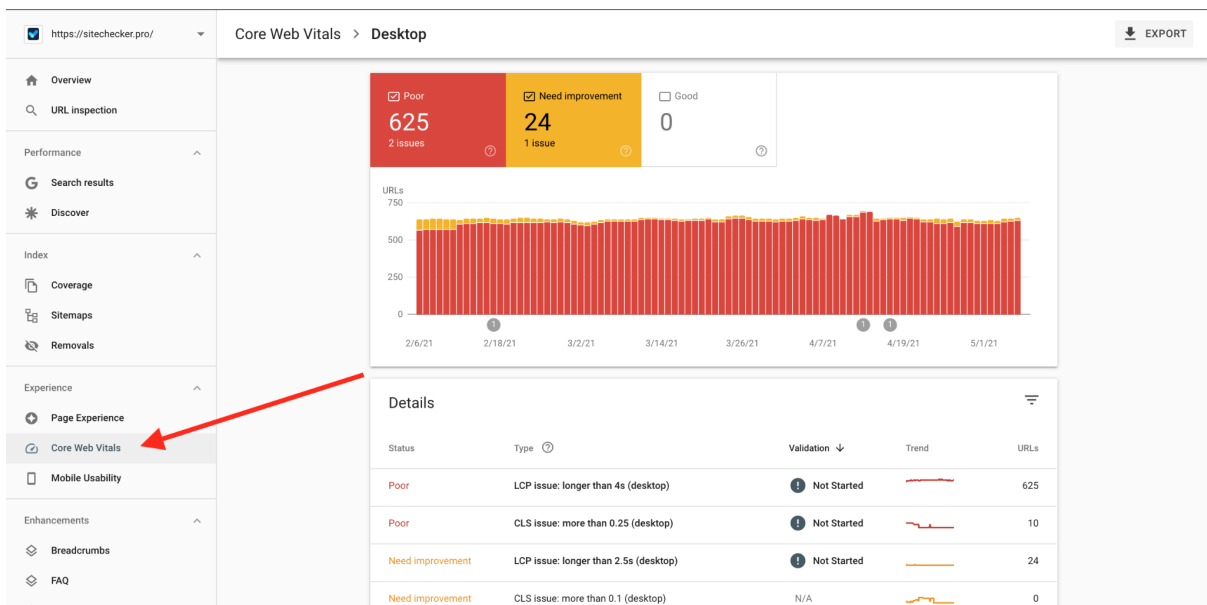
Die Ladezeit war fast 12 Jahre lang der wichtigste Faktor für die Platzierung einer Webseite. Google hat aber vor kurzem [bestätigt](#), dass die Geschwindigkeit einer Webseite nicht so wichtig ist. Schnelle Ladezeiten sind nur wichtig, wenn es darum geht, Nutzer zu konvertieren, die Ihre Webseite schon einmal besucht haben.

Die Geschwindigkeit einer Webseite sollte nicht als Rankingfaktor, sondern als Vorteil betrachtet werden. Wenn Ihre Webseite zum Beispiel langsam ist, dann wird sie im Ranking nach unten rutschen. Wenn Sie die Ladezeit verbessern, dann wird die Webseite in den Suchergebnissen nach oben klettern. Wenn Sie die Geschwindigkeit Ihrer Webseite aber noch weiter verbessern, dann werden Sie keine weiteren Verbesserungen im Ranking sehen.

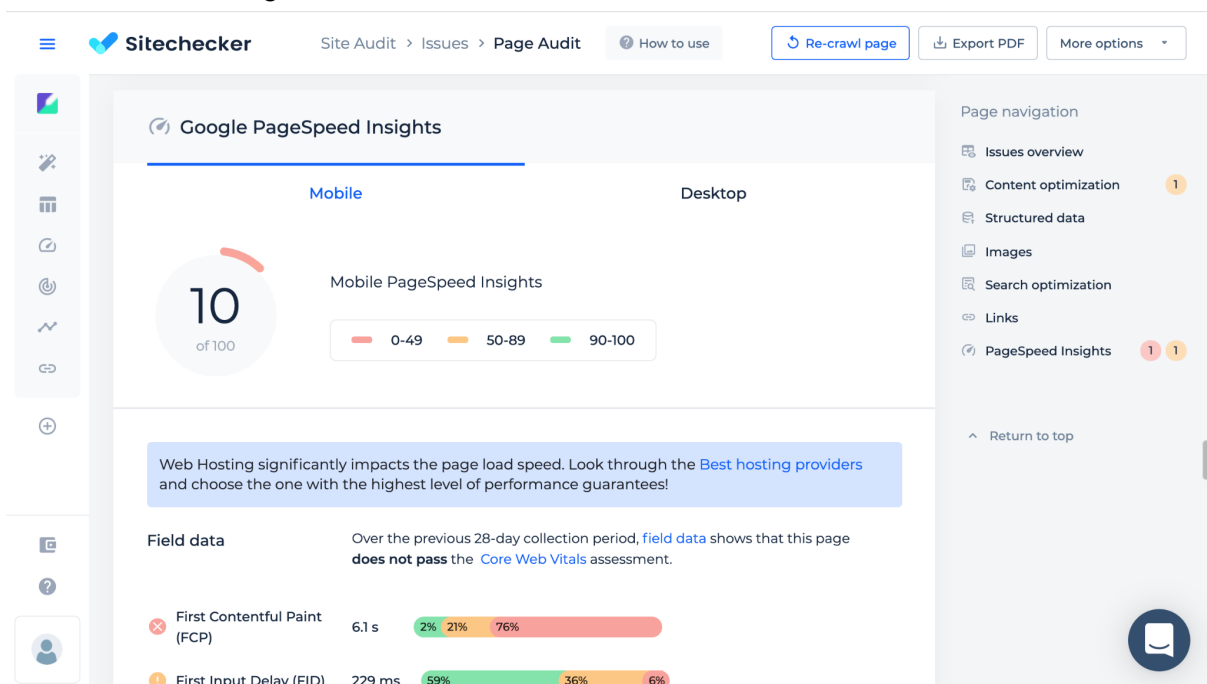
Das bedeutet aber nicht, dass die Ladezeiten der Seiten vernachlässigen sollten. Je mehr Traffic Ihre Webseite erhält, desto mehr Aufwand müssen Sie in die Verbesserung der Geschwindigkeit Ihrer Webseite investieren, weil das direkte Auswirkungen auf die Konversionsraten hat.

Hier sind zwei intelligente Werkzeuge zur Überprüfung der Seitenladezeiten:

1. Der Core Web Vitals Bericht in der Google Search Console. Das Beste an diesem Werkzeug ist, dass es die langsamen Seiten in Gruppen organisiert. Das erleichtert die Wahl einer Strategie zur Optimierung der Geschwindigkeit für jede Gruppe.



2. Google PageSpeed Insights. Dieses Werkzeug identifiziert die Stile, Skripte, Bilder usw., die Ihre Webseite verlangsamen. Es bietet außerdem intelligente Tipps zur Verbesserung Ihrer Seitenladezeiten.



12. Testen Sie die Benutzernavigation

Eine benutzerfreundliche Webseiten-Navigation:

- Ermöglicht es den Nutzern, die gesuchten Informationen leicht zu finden.
- Ermöglicht es den Nutzern, intuitiv zu verstehen, was ihnen angeboten wird.
- Verfügt über Funktionalitäten, die den Erwartungen der Nutzer entsprechen.

Die Verbesserung der Webseiten-Navigation ist eine komplexe Aufgabe. Wie diese Aufgabe angegangen wird, hängt in erster Linie von der Nische Ihres Unternehmens ab. Sie können eine Suchleiste oder einen Produktfilter hinzufügen, Links zu den wichtigsten Seiten in den Header integrieren, ein Breadcrumbs-Navigationssystem verwenden usw.

Die Durchführung eines Usability-Audits ist essentiell für eine erfolgreiche Webseiten-Promotion und Konversionssteigerung. Eine Webseite mit schlechter Navigation wird potenzielle Kunden vertreiben, die sich auf die Suche nach benutzerfreundlicheren Webseiten machen werden. Google wird Ihre Webseite dadurch schlechter einstufen.

Sie müssen Ihre Webseite mit den Augen der Nutzer betrachten, um Wege zur Verbesserung Ihrer Webseiten-Navigation zu finden. Setzen Sie sich ein Ziel und versuchen Sie, es auf Ihrer Webseite oder auf der Ihrer Mitbewerber zu erreichen. Schreiben Sie auf, was Ihnen leicht gefallen ist und wo es Schwierigkeiten gab. Auf diese Weise können Sie klar erkennen, welche Aspekte der Navigation verbessert werden müssen. Oder noch besser: Sie können einen Fachmann mit dieser Aufgabe beauftragen.

13. Überprüfen Sie Ihre Links

Hier sind die drei wichtigsten Anzeichen für eine gute Linkstruktur:

- Alle Seiten, die indiziert werden müssen, haben Links. Wenn eine Seite nicht von anderen Seiten Ihrer Webseite verlinkt ist, dann wird sie vom Google-Bot möglicherweise ignoriert. Durch das Hinzufügen eines internen Links wird dem Bot mitgeteilt, dass diese Seite regelmäßig gescannt werden muss.
- Die wertvollsten Seiten befinden sich in der Nähe der Hauptseite und haben die meisten internen Links. Anhand dieser Faktoren bewertet der Google-Bot das „Linkgewicht“ und entscheidet, wie relevant Ihre Webseite für die Nutzer ist.
- Wenn der Content Ihrer Webseite eine Vielzahl von Themen abdeckt, dann sollten Sie ein effektives Crosslinking-System ausprobieren, das als Silo bekannt ist. Das bedeutet, dass isolierte Gruppen von Links erstellt werden, die sich nicht überschneiden, damit jedes Thema getrennt bleibt. Das Silo ist eine praktische Lösung für die Systematisierung Ihrer internen Links. Schauen Sie sich diese [Checkliste](#) für die Implementierung eines Silos auf Ihrer Webseite an.

14. Stellen Sie sicher, dass Ihre Inhalte klar und leicht verständlich sind

Der Google-Bot sammelt auch Informationen darüber, welche Probleme der Nutzer auf Ihren Seiten gelöst werden. Wenn es dem Bot gelingt, diese Daten zu sammeln, dann wird die Seite eingestuft. Ein Nutzer bewertet das Google-Snippet Ihrer Seite, den ersten Teil der Webseite und dann den Wert des Inhalts.

Im Folgenden sind die Dinge aufgeführt, die Sie bei der SEO-Analyse Ihrer Seiten berücksichtigen sollten.

- Titel und Beschreibung. Bei der Bewertung der Seite konzentriert sich Google auf die Schlüsselwörter, die in den Meta-Tags und nicht im Inhalt verwendet werden. Google verwendet diese Tags, um ein „Snippet“ Ihrer Seite zu erstellen. Mit [On-Page Audit](#) von Chrome können Sie Seiten ohne Meta-Tags sowie Seiten mit fehlerhaften, zu kurzen, zu langen oder doppelten Meta-Tags finden.

Title is empty [How-to fix](#)

The title is left blank with no content (e.g. "<title></title>").

☐ Show page weight
 [Export CSV](#)

<https://sitechecker.pro/no/backlinks-checker/>
[View page audit](#)

Links: ☒ Anchors: 47 ☒ Internal: 74 ☒ External: 13
 [View page code](#)
[Issue in code](#)

Title is empty

Missing alt text

Twitter card incomplete

Meta nofollow pages

Non-indexable pages

Meta noindex pages

Text to code ratio < 10%

Title too short

H1 too long

High external linking

<https://sitechecker.pro/sv/rank-checker/>
[View page audit](#)

Links: ☒ Anchors: 44 ☒ Internal: 67 ☒ External: 11
 [View page code](#)
[Issue in code](#)

Title is empty

Missing alt text

Twitter card incomplete

Meta nofollow pages

Non-indexable pages

Meta noindex pages

Text to code ratio < 10%

Title too short

High external linking

<https://sitechecker.pro/no/rank-checker/>
[View page audit](#)

Links: ☒ Anchors: 41 ☒ Internal: 67 ☒ External: 11
 [View page code](#)

Filters

All pages 1324

All Criticals 1224

Self-reference hreflang an... 540

Hreflang and HTML lang m... 234

Has outgoing hreflang ann... 142

Page referenced for more t... 137

Title duplicates 65

4xx client errors 53

Title is empty 51

Duplicate pages without can... 2

Show zero issues

All Warnings 3221

Twitter card incomplete 1180

Missing alt text 782

Open Graph tags incomple... 399

Hreflang defined but HTM... 306

Description is missing 166

H1 is missing 65

Canonical is missing 65

Description duplicates

301 redirects

- Überschriften. Überschriften erleichtern es den Nutzern, Ihre Inhalte visuell wahrzunehmen. Google analysiert die Schlüsselwörter in den Überschriften und verwendet diese Informationen für das Ranking Ihrer Seite. Achten Sie besonders auf die H1-Überschrift, weil sie fast genauso wichtig ist, wie der Titel.

<https://totheweb.com> › [learning_center](#) › [tool-test-googl...](#) ▼

Title & Description Pixel Checker: Preview Google Title ...

Better **Titles** & Meta Descriptions = MORE clicks to your site. Use this search marketing tool to see how a proposed **title** and meta description is likely to appear in ...

★★★★★ Rating: 4.6 · 984 votes

<https://seositecheckup.com> › [tools](#) › [meta-title-test](#)

Meta Title Test | SEO Site Checkup

A concise, descriptive **title** tag that accurately reflects your page's topic is important for ranking well in search ...

Jan 22, 2019 · Uploaded by Seo Site Checkup

<https://sitechecker.pro> › [Knowledge Base](#) › [SEO Basics](#) ▼

Meta Title Tag Checker: Check Meta Title for SEO Parameters ...

Jul 20, 2020 — Meta **title** tag **checker** is a tool that checks page **SEO title** tag for its content and length. **Check** your headers for **SEO** and find out how to create ...

[What is meta title](#) · [How to create title](#) · [Title = H1](#) · [Google shows another title](#)

<https://www.seoptimer.com> › [title-tag-checker](#) ▼

Title Tag Checker - SEOptimer

SEOptimer's Free **Title Tag Checker** Tool. Optimize your HTML **Title** Tags for **SEO**.

- Strukturierte Daten. Strukturierte Daten ermöglichen es dem Google-Bot, besser zu verstehen, worum es auf Ihrer Seite geht und ein Snippet zu erstellen.

new york london



<https://www.britishairways.com> › en-gb › destinations ▼

Flights To New York in 2021/2022 | Book Direct & Save ...

What are the main airports in **New York**? With British Airways you can fly direct from **London** airports to John F Kennedy International Airport (JFK) and Newark ...

<https://www.expedia.com> › ... › Flights to London ▼

\$221 - Cheap flights from New York (JFK) to London ... - Expedia

Compare & reserve one-way or return flights from **New York** to **London** from \$221 only to get the best flight deals and promotions for your JFK to LHR trip!

Can I cancel my flight booking from New York to London due to COVID-19? ▼

How many flights are there per day from New York to London? ▼

<https://www.kayak.co.in> › flight-routes › London-LON ▼

Cheap Flights from New York to London from ₹ 14,202 - KAYAK

Find flights to **London** from ₹ 14202. Fly from **New York** on TAP AIR PORTUGAL, Air Europa, Virgin Atlantic and more. Search for **London** flights on KAYAK now ...

May 15 - May 22 [EWR - LHR](#)

Jun 3 - Jun 5 [JFK - LHR](#)

Jun 7 - Jul 7 [EWR - LHR](#)

<https://www.united.com> › en-us › flights-from-new-yor... ▼

Cheap Flights from New York to London | United Airlines

More United deals on **New York (NYC)** to **London (LHR)** flights. From/ToNYC - LHR; DatesAny time

Starting from \$634.00

- Linkanker ermöglichen es dem Google-Bot, den Inhalt Ihrer Seite besser zu verstehen. Ein Linkanker muss die Wörter und Sätze enthalten, die mit dem Thema der verlinkten Seite in Verbindung stehen. Das ist nicht nur für den Bot, sondern auch für die Nutzer wichtig. Verwenden Sie „Site Audit“, um problematische Anker zu erkennen.

The screenshot shows the Sitechecker H1 Tag Checker interface. On the left is a sidebar with navigation options: Assistant, Dashboard, Site Audit, Site Monitoring, Rank Tracker, Backlink Tracker, and Extra tools. The main content area displays the title 'H1 Tag Checker: What Is a Heading Tag & How to Write It (2020 Update)' and the URL 'https://sitechecker.pro/h1-tag/'. Below this, there are three tabs: 'Internal backlinks', 'Internal links', and 'External links'. The 'Internal links' tab is active, showing a table of links with their status codes and anchors. A search bar is present above the table. At the bottom right, there is a pagination control showing '1' of 2 pages and an 'Export in CSV' button.

Page	Status code	Anchor
https://sitechecker.pro/h1-tag/	200	
https://sitechecker.pro/meta-title/	200	"h1"
https://sitechecker.pro/meta-title/	200	What is H1 Tag and Requirements for ...
https://sitechecker.pro/meta-tag-description/	200	h1 meta tag
https://sitechecker.pro/knowledge-base/	200	How to Write H1 tags
https://sitechecker.pro/a/h1-tag/	200	
https://sitechecker.pro/a/h1-tag/	200	
https://sitechecker.pro/t/h1-tag/	200	
https://sitechecker.pro/t/h1-tag/	200	
https://sitechecker.pro/how-to-hire-seo-expert/	200	What is H1 Tag and Requirements for ...
https://sitechecker.pro/how-to-hire-seo-expert/	200	h1

15. Achten Sie auf die Qualität Ihres Contents

Die Lesbarkeit ist bei weitem nicht das einzige Kriterium für einen guten Text. Das Ziel des Textinhalts ist es, den Suchverkehr anzukurbeln und die Besucher zu bestimmten Handlungen zu bewegen. Verwenden Sie folgende Kriterien, um den Textinhalt zu überprüfen:

- Ihre Texte müssen einzigartig sein, sowohl im Vergleich zu den anderen Seiten Ihrer Webseite als auch zu anderen Webseiten im Internet. Wenn jemand Ihre Inhalte stiehlt, dann können Sie Google gegenüber nur schwer nachweisen, dass sie ursprünglich Ihre sind.
- Ihre Texte müssen grammatikalisch korrekt sein. Google hat [erwähnt](#), dass Webseiten mit falscher Grammatik nicht benachteiligt werden. Manche Seitenbenutzer könnten sich aber daran stören. Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Texte zwei- oder sogar dreimal korrekturlesen, vor allem wichtige Seiten, die essentiell für die Konversion sind.
- Ihre Texte müssen gut lesbar und leicht zu verstehen sein. Ob die Nutzer Ihren Textinhalt verständlich finden, zeigt sich daran, wie aktiv sie die gewünschten Handlungen ausführen (sich registrieren, Newsletter abonnieren usw.).
- Ihre Texte müssen die optimale Anzahl von Schlüsselwörtern enthalten. Die Texte mit Schlüsselwörtern vollzustopfen ist weder hilfreich für das Vertrauen der Nutzer und noch für die Platzierung in den Suchmaschinen. Die Schlüsselwörter müssen das Thema der Seite widerspiegeln.

Verwenden Sie [Copywritely](#), um Ihre Texte anhand der oben genannten Kriterien zu überprüfen. Kopieren Sie den Text in das Feld oder fügen Sie einfach die URL der Seite ein, um Schwachstellen in Ihrem Textinhalt zu finden.

YouTube Keyword Tool: Generate YouTube Tags & Keyw

Creating a great video isn't enough to get a lot of views on **YouTube**. You also should understand how search algorithms rank videos for users. Hardly, anyone knows an exact formula of search ranking. Nevertheless, we can use some obvious things in SEO, use some conclusions from our experience and test hypotheses. So, we hope you know that points in the bottom are very desirable for great result in video optimization.

- Search for keywords.** If you want to attract viewers who are looking for information on YouTube for specific queries, you need to find the most relevant and frequency-related search queries for which the video will be promoted.
- Create a title.** The headline should include the most frequent keyword on which the video is promoted. Better when it is short, it accurately conveys the content of the video, and causes the desire to press it.
- Create a description.** A good description starts with 500 characters. In the description, briefly describe the content of the video, what interesting questions it answers, why it will be useful to the user. Be sure to include some keywords for which you are promoting the video. If there is an opportunity, add time-shits – quick links to different time slots of the video. For this, in the description, you simply write the length of the video in the format 00:00. After publication, this designation automatically turns into a link to this segment of the video.
- Add tags.** Tags help the search engine understand what your video is about. Add the best tags based on the search queries that you found during the keyword search phase. Next, we'll show an example of how to choose the right YouTube tag list.
- Add cards.** Cards are designed to help increase the time spent on your channel by the viewer or take him to your site. Use them, in order to take the user to the relevant video or immediately convert it to a lead or client.
- Add a final screen.** This is a screensaver that users will see after the end of the video. Its functions are the same as for cards.
- Add an intro picture.** This is a picture that the user sees while watching the video lists in his tape or sees the recommended video. It should attract the attention of the user and motivate him to click on the video. Here the logic is similar to the influence of the percentage of clickability in Google's SERP.

Uniqueness 7 cases **Bad**

This parameter determines the similarity index of your text. If it is 100%, then your text is written from scratch

RECHECK

What to fix?

Percentage	URL
50.3%	https://kzclip.com/video/jc0Ny...
10.0%	https://www.learningrevolution...
9.1%	https://influencermarketinghub...
8.9%	https://frutta.sovetnic.info/2...
7.1%	https://www.webfx.com/blog/soc...
6.5%	https://backlinko.com/hub/you...
6.2%	https://hummerjulio-ero.ru/5-...

Excluded url

9546 CHARACTERS 111 SENTENCES 1599 WORDS 6 PAGES

Abschließende Worte

Das ist natürlich keine vollständige Checkliste für die Durchführung eines SEO-Audits. Die gesamte Checkliste umfasst eine Reihe von Schritten, die mit der Überprüfung von technischen Parametern, Rankings, der Benutzererfahrung und vielem mehr zu tun haben. Dieser Leitfaden enthält die aus unserer Sicht wichtigsten Schritte. Die regelmäßige Überprüfung Ihrer Webseite anhand dieser Checkliste ist essentiell für eine wirksame Online-Promotion. Und noch eine Sache. Denken Sie daran, dass Ihre Webseite nicht nur für den Google-Bot, sondern auch für Ihre Besucher attraktiv sein muss. SEO-Leads haben eine beeindruckende Konversionsrate von 14,6%. Sie sind definitiv die Mühe wert, meinen Sie nicht auch?

Titel: Wie Sie ein SEO-Audit auf Ihrer Seite durchführen können: 15 einfache Schritte

Beschreibung: Lernen Sie, wie Sie Probleme auf Ihrer Webseite finden und beheben können, um den Traffic beständig zu steigern. Eine vollständige Checkliste mit den wichtigsten Punkten, auf die Sie achten sollten.