

CHECKLISTE · SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

SEO-Basis-Check für Unternehmensseiten

Gute Platzierungen bei Google beginnen mit soliden Grundlagen. Diese zwölf Punkte decken die häufigsten Schwachstellen von Unternehmenswebsites ab – prüfen Sie Ihre Seite Punkt für Punkt.

☐ **1. Eindeutige Seitentitel**

Jede wichtige Seite hat einen eigenen, aussagekräftigen Seitentitel (Title-Tag) mit dem zentralen Suchbegriff – kein doppeltes „Home“ oder „Willkommen“.

☐ **2. Meta-Beschreibungen gepflegt**

Jede wichtige Seite hat eine individuelle Kurzbeschreibung, die in den Suchergebnissen zum Klicken einlädt.

☐ **3. Ein Suchbegriff-Fokus pro Seite**

Für jede Seite ist festgelegt, für welche Suchanfrage sie ranken soll – und der Inhalt beantwortet genau diese Suchintention.

☐ **4. Saubere Überschriftenstruktur**

Genau eine Hauptüberschrift (H1) pro Seite, Zwischenüberschriften mit relevanten Begriffen in logischer Reihenfolge.

☐ **5. Sprechende Internetadressen**

Adressen wie /leistungen/webdesign statt /index.php?id=123 – kurz, verständlich, dauerhaft stabil.

☐ **6. Mobile Darstellung einwandfrei**

Die Website ist auf dem Smartphone vollständig nutzbar – Google bewertet vorrangig die Mobilversion.

☐ **7. Ladezeit geprüft**

Wichtige Seiten laden spürbar schnell (Richtwert: unter 2–3 Sekunden); große Bilder sind komprimiert.

☐ **8. Bilder optimiert**

Bilddateien sind verkleinert und tragen beschreibende Alternativtexte – gut für Barrierefreiheit und Bildersuche.

☐ **9. Interne Verlinkung**

Ihre wichtigsten Seiten sind von der Startseite und aus passenden Texten heraus verlinkt – keine verwaisten Seiten.

☐ **10. Google-Unternehmensprofil aktuell**

Öffnungszeiten, Adresse, Leistungen und Bewertungen im Unternehmensprofil sind gepflegt – entscheidend für die lokale Suche.

☐ **11. Search Console eingerichtet**

Die Google Search Console ist verbunden, die XML-Sitemap eingereicht, und es liegen keine Indexierungsfehler vor.

☐ **12. Inhalte aktuell und einzigartig**

Veraltete Seiten sind überarbeitet oder weitergeleitet; keine doppelten Inhalte, die sich gegenseitig Konkurrenz machen.

Tipp: Arbeiten Sie die offenen Punkte in der Reihenfolge dieser Liste ab – die ersten sechs Punkte bringen bei den meisten Unternehmensseiten den größten Effekt.