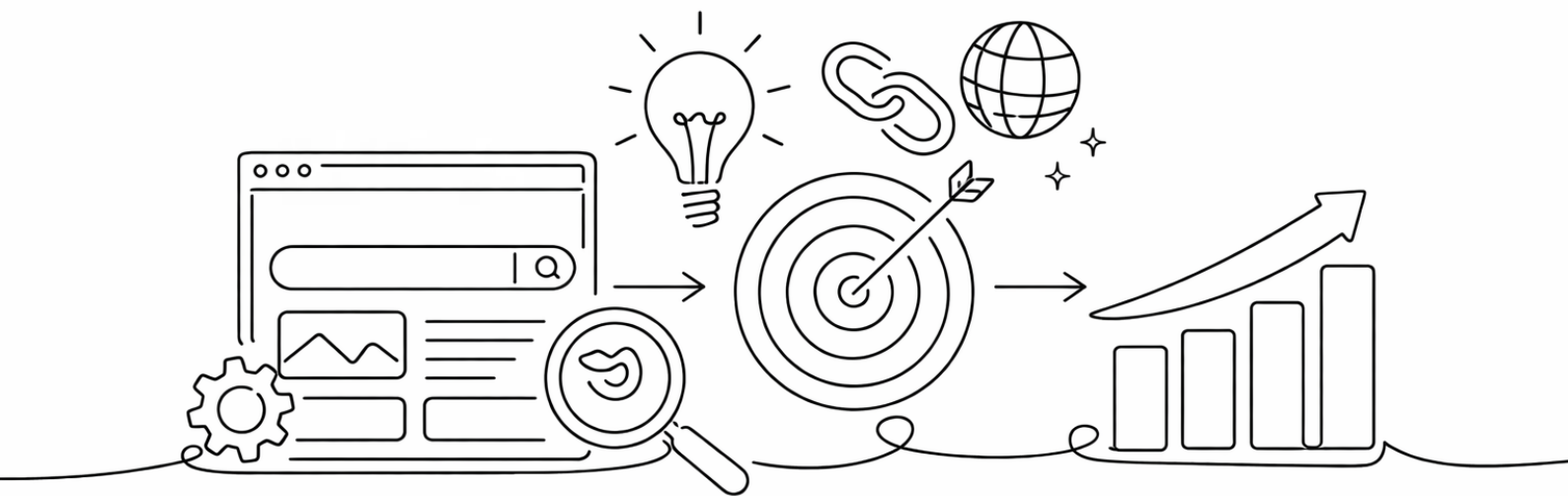




03.D1

CHECKLISTE

SEO-GRUNDLAGEN FÜR IHRE WORDPRESS-WEBSITE



Lesedauer: 6 Minuten



Schwierigkeit: Basiswissen



Ziel: Ihre Website für Suchmaschinen fit machen



Veröffentlicht: 05/2026



Hinweise zur Verwendung

Nur zur eigenen Verwendung. Nutzung auf eigene Verantwortung. Ersetzt keine Fachberatung. Aktualität beachten.
Ausführliche Nutzungshinweise: wildvariety.de/nutzungsrechte-downloads/



SEO IST DIE GRUNDLAGE FÜR IHRE SICHTBARKEIT

Ohne Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) findet niemand Ihre Website. Diese Checkliste führt Sie durch die wichtigsten Schritte der Suchmaschinenoptimierung Ihrer WordPress-Website.

Voraussetzungen, die Sie mitbringen sollten:

- Sie sind mit den Grundlagen der Verwaltung einer WordPress-Website vertraut
- Sie haben ein SEO-Plugin installiert, z.B. RankMath oder Yoast SEO

Legen wir direkt los!

Inhalt

1. Technische Basis	3
2. Keyword-Grundlagen	3
3. Inhaltsoptimierung	4
4. Lokale SEO (für regionale Dienstleister).....	5
5. Nutzererlebnis & Verhalten	5
6. Tracking & Monitoring	6
7. Sichtbarkeitsstrategie	7
8. Grundlagen für Fortgeschrittene	7
9. Hilfreiche Werkzeuge (kostenlos)	8



1. TECHNISCHE BASIS

WordPress-Einstellungen

- SEO-Plugin einrichten (z.B. RankMath, Yoast SEO)
- Permalinks sprechend formulieren (z.B. /seo-basics/ statt /?p=123)
- Bildkomprimierung aktivieren (über ein Plugin, z.B. Imagify)
- Caching aktivieren (über ein Plugin, z.B. WP Rocket)
- Defekte Links prüfen bzw. beheben

Domain & Hosting

- Website per HTTPS erreichbar machen (SSL-Zertifikat aktivieren)
- Testen, ob Website in unter drei Sekunden lädt (Testen mit Google PageSpeed Insights)
- Website für Smartphones optimieren (Testen mit Google Mobile-Friendly Test)
- XML-Sitemap einrichten und bei Google einreichen (Über Ihr SEO-Plugin)
- Robots.txt korrekt konfigurieren (Über Ihr SEO-Plugin)

2. KEYWORD-GRUNDLAGEN

Keyword-Recherche

- 5-10 Hauptschlüsselwörter für Ihren Geschäftsbereich identifizieren
- Longtail-Keywords (Schlüsselwörter mit 3-4 Wörtern) recherchieren
- Konkurrenz für Keywords analysieren
- Keywords in Tabelle/Dokument festhalten

Keyword-Platzierung

- Keywords in Seitentiteln (SEO-Titeln) unterbringen
- Keywords in SEO-Beschreibungen einsetzen



- Keywords in Bilddateinamen und Alternativ-Texten für Bilder einfügen

💡 **Praxistipp:** Schreiben Sie für Ihre Kunden, nicht für Suchmaschinen. Wenn Ihr Text sich unnatürlich liest, weil Sie Keywords hineinpresse, nimmt Google das auch wahr. Natürlicher Text bekommt bessere Platzierungen.

3. **INHALTSOPTIMIERUNG**

Startseite

- Klare Aussage: Was bieten Sie an? (Muss in 5 Sekunden verständlich sein)
- H1 enthält das Hauptkeyword
- SEO-Titel besteht aus max. 60 Zeichen
- SEO-Beschreibung hat max. 160 Zeichen und enthält bestenfalls einen Call-to-Action (einen Handlungsauftrag an den Leser, z.B. Rufen Sie uns an!)
- Hauptkeyword ist mehrfach natürlich in Text eingefügt
- Die Startseite hat mindestens 300 Wörter Text

Unterseiten

- Jede wichtige Seite hat ein eigenes Focus-Keyword
- Alle Überschriften sind logisch strukturiert (H1 > H2 > H3)
- Die Unterseiten haben Texte mit mindestens 300 Wörtern (Hauptseiten 800+)
- Es gibt interne Verlinkungen zu relevanten anderen Seiten
- Es gibt externe Links zu vertrauenswürdigen Quellen

Bilder & Medien

- Alle Bilder haben Alternativ-Texte mit Keywords
- Die Bilddateinamen sind beschreibend (seo-basics.jpg statt IMG_1234.jpg)
- Die Bilder sind komprimiert (max. 200 KB pro Bild)
- Die Bilder liegen im WebP-Format vor (falls möglich)



4. **LOKALE SEO (FÜR REGIONALE DIENSTLEISTER)**

Google-Business-Profil

- Google-Business-Profil erstellen und verifizieren
- Alle Informationen vollständig ausfüllen
- Kategorie/Branche korrekt wählen
- Regelmäßig Fotos/Beiträge hochladen
- Bewertungen aktiv sammeln – und beantworten!

Lokale Signale

- Name, Adresse, Telefon auf jeder Seite *identisch* angeben
- Diese Daten auch im Kopf- oder Fußbereich Ihrer Website angeben
- Lokale Keywords verwenden (z.B. „Webdesign München“)
- In lokale Verzeichnissen eintragen
- Standort-Seite erstellen (falls mehrere Standorte)

5. **NUTZERERLEBNIS & VERHALTEN**

Navigation & Struktur

- Hauptnavigation ist klar und logisch
- Maximal drei Klicks zu jeder Unterseite
- Kontaktinformationen sind leicht auffindbar
- Es gibt Calls-to-Action auf jeder Seite (Handlungsaufrufe an den Nutzer)
- Es gibt eine Brotkrümel-Navigation (falls umfangreiche Website). Brotkrümelnavigation ist ein Hilfsmittel auf Webseiten, das dem Nutzer zeigt, wo er sich aktuell befindet und wie er zurück zu übergeordneten Ebenen gelangt.



Mobil-Optimierung

- Schrift ist auf Smartphone gut lesbar (min. 16 Pixel)
- Buttons sind ausreichend groß, um sie mit dem Finger anzutippen
- Es ist keine horizontale Scroll-Leiste nötig
- Pop-ups sind mobil-freundlich
- Das Kontaktformular ist mobil ausfüllbar

Ladegeschwindigkeit

- Die wichtigsten Messwerte Ihrer Website bei Google PageSpeed Insights liegen im grünen Bereich

6. TRACKING & MONITORING


Analysesoftware einrichten

- Google Search Console verbinden
- Analyseplugin wie Koko Analytics, Matomo oder Google Analytics 4 installieren
- Sog. Conversion-Ziele definieren und überwachen: Wie viele Besucher sollen in Kunden umgewandelt werden? (z.B. über das Kontaktformular)
- Cookie-Banner DSGVO-konform entsprechend aktualisieren
- Datenschutzerklärung entsprechend aktualisieren

Regelmäßige Checks

- Wöchentlich: Platzierungen bei Suchmaschinen prüfen (für Ihre Top-5-Keywords)
- Monatlich: Entwicklung des Besucherflusses (sog. Traffic) analysieren
- Monatlich: Anzeige neuer Fehler in Google Search Console überprüfen
- Quartalsweise: Backlink-Profil prüfen (Wie viele externe Seiten verlinken auf Ihre?)
- Quartalsweise: Inhalte aktualisieren



 **Merke:** SEO ist ein Marathon, kein Sprint. Rechnen Sie mit 3-6 Monaten für erste Ergebnisse, 6-12 Monaten für gute Platzierungen. Wer Ihnen schnelle Erfolge verspricht, macht Ihnen etwas vor.


7. SICHTBARKEITSSTRATEGIE

Blog & Aktualität

- Blog-Bereich einrichten
- Redaktionsplan für drei Monate erstellen
- Mindestens einen Artikel pro Monat veröffentlichen
- Zeitlose Inhalte identifizieren, sog. Evergreen-Content
- Kalender für die Entwicklung und Veröffentlichung der Inhalte anlegen

Soziale Signale

- Social-Media-Profile verlinken
- Teilen-Buttons auf Blogartikeln anzeigen
- Wichtigste Inhalte auf Social Media teilen
- Regelmäßig aktiv sein (min. 3-4x pro Woche je nach Plattform)

 **Praxistipp:** Verlinken Sie Ihre wichtigsten Seiten untereinander. „Mehr zu [Service]“ im Text ist Gold wert. Google versteht durch interne Links, welche Seiten zusammengehören und welche wichtig sind.

8. GRUNDLAGEN FÜR FORTGESCHRITTENE

Strukturierte Daten

- Schema-Markups einrichten. Das sind Code-Standards, die Suchmaschinen helfen, Ihre Inhalte besser zu verstehen. Gibt es z.B. für Blogartikel, Produkte, häufig gestellte Fragen, lokale Firmen, Events.



Offpage-Optimierung

- Backlink-Profil analysieren
- Schädliche Links identifizieren und blocken
- 3-5 hochwertige Backlink-Quellen identifizieren
- Gastbeiträge oder Kooperationen planen und umsetzen
- Für Einträge in Branchenverzeichnissen sorgen

9. HILFREICHE WERKZEUGE (KOSTENLOS)

- Keyword-Recherche: Google Keyword Planner, Übersuggest
- Technische Analyse: Google PageSpeed Insights, Google Search Console
- Mobile-Test: Google Mobile-Friendly Test
- Broken Links: Dead Link Checker
- Schema Markup: Schema.org Generator

Sie versuchen sich seit Monaten an der SEO, aber es klappt einfach nicht?

Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick darauf werfen!

→ kontakt@wildvariety.de