

# CHEAT SHEET

## SEO TEXT-OPTIMIERUNG

1

### Unique Content

**Duplicate Content** (doppelter, identischer Inhalt) sollte nach Möglichkeit **vermieden** werden.

- Niemals fremde Inhalte kopieren!
- Interne Texte nur punktuell kopieren (wenn es Sinn macht)
- Canonical Tags setzen für Seiten mit identischen Inhalten

2

### Formatierung

Google erkennt **Formatierungen**. Sie machen Texte **lesbarer** (leichter zu scannen).

- (Zwischen-) Überschriften
- Absätze
- Kursiv- und Fettschrift
- Listen & Aufzählungen

3

### Interne Verlinkungen

Sinnvolle **Querverlinkungen** zu und von den Texten

- stärkt Verknüpfungen innerhalb der Seite
- erhöht Benutzerfreundlichkeit für Besucher
- Google erkennt höhere Relevanz einer Seite

4

### Keywords

Jede SEO-relevante URL hat ein **Hauptkeyword**, auf das sie optimiert wird. Dieses sollte mindestens an diesen Stellen auftauchen:

- Title
- Meta-Description
- H1-Überschrift

Wichtige Faktoren bei der Keyword-Research:

- Suchvolumen
- Relevanz
- Chance (Konkurrenz)
- SERP-Layout

Kostenfreies KW-Research Tool:  
[neilpatel.com/de/ubersuggest](https://neilpatel.com/de/ubersuggest)

5

### Überschriftenstruktur

Die **HTML-Elemente H1 bis H6** kennzeichnen besonders relevante Inhalte für Google. Darum sollte hier das Hauptkeyword auftauchen – vor allem in der H1. Im Bestfall sollten die Überschriften hierarchisch sein:

```
<h1>Überschrift</h1>
<h2>Überschrift</h2>
  <h3>Überschrift</h3>
    <h2>Überschrift</h2>
```

6

### Medien

Bilder, Videos, Rich Media sind wichtig für **Übersicht & Struktur**. Sie lockern einen Text auf. Achte auf:

- gute Beschreibungen
- aussagekräftige Alt-Attribute
- Beschriftungen oder Untertitel für Zusatzinformationen
- sinnvolle Dateinamen

7

### Backlinks

Backlinks (externe Links) zeigen Google, dass die eigene Website **relevant und populär** ist.

Achte bei aktivem Backlinkaufbau unbedingt auf die **Qualität** der Links und Seiten.

8

### Inhalte für deine User

Google bewertet Texte nicht anhand von Keyworddichte, sondern anhand des **Userverhaltens** (Interaktion, Verweildauer, Seiten/Sitzung).

**Schreibe Inhalte für deine User und nicht für Google!**

# CHECKLISTE

## BLOGARTIKEL



1

### Überschriftenstruktur

💡 Die **HTML-Elemente H1 bis H6** kennzeichnen besonders relevante Inhalte für Google. Darum sollte **hier das Hauptkeyword auftauchen** – vor allem in der H1. Im Bestfall sollten die Überschriften hierarchisch sein:

```
<h1>Überschrift</h1>
  <h2>Überschrift</h2>
    <h3>Überschrift</h3>
  <h2>Überschrift</h2>
```

2

### Überschriften

- Stellt **<h1>** gleichzeitig die Überschrift/ den Titel dar?
- Regt die Überschrift den User zum Lesen an?
- Wurde das Hauptkeyword des Textes in **<h1>** eingepflegt?
- Wurde für Zwischenüberschriften **<h2>** bzw. **<h3>** anstatt **<p>** verwendet?

3

### Inhaltsverzeichnis

- 💡 Bei längeren Artikeln ist ein Inhaltsverzeichnis sinnvoll. Es sollte mit jeweiligen Überschriften verknüpft sein, damit der User direkt zum jeweiligen Inhalt springen kann.
- Wurde ein Inhaltsverzeichnis mit Ankernavigation erstellt?

4

### Formatierung

💡 Google erkennt **Formatierungen**. Sie machen Texte **lesbarer** (leichter zu scannen).

Sind:

- (Zwischen-) Überschriften
- Absätze
- Kursiv- und Fettschrift
- Listen & Aufzählungen

richtig formatiert?

5

### Bilder

- Wurden Bilder mit **passenden, eingängigen Dateinamen** abgespeichert (ohne Leer-/Sonderzeichen)?
  - Wurden **die Bilder eingefügt**, die **Größe angepasst** und **übersichtlich angeordnet**?
  - Hat jedes Bild einen Alt-Text, der den Bildinhalt präzise wiedergibt?
  - Wurde Bilder **nicht als Textumlauf**, sondern als **Textabschnitt** **–Bild** → **Textabschnitt** eingefügt?
- 💡 **Bilder als neue Absätze einzubinden statt mit Textumlauf**, sind **geeigneter** für mobile Endgeräte

6

### URL

- Wurde die **URL manuell eingegeben**?
- Passt die URL zur H1 und dem Hauptthema**?
- Weist die URL **keine Sonder-/Leerzeichen** auf?

7

### Google Title

- 💡 Der **Google Title** ist **SEO relevant** und zieht User auf die Website.
- Ist das **Hauptkeyword** im Google Title **enthalten**?
- Ist der **Google Title prägnant**?
- Regt der Google Title zum Klicken an**?

8

### Description

- 💡 Die **Description** ist **nicht SEO relevant**, aber **für User wichtig** und sollte deshalb editiert werden.
- Geht die **Description kurz** auf den **Inhalt des Blogartikels** ein?
- Geht aus der **Description** hervor, warum der Blogartikel **dem User ein Mehrwert bietet**?

💡 **Dabei hilft:** <https://www.sumax.de/serp-generator.html>

🔗 Neue Artikel in alten verlinken!