

WebSeo GmbH

Röderstraße 1

01454 Radeberg

Tel.: 03528 4029727

E-Mail: info@webseo.de

Registernummer: HRB 46982

Registergericht: Dresden

Ansprechpartner: Sven Hauswald

Phase 1: Das Fundament – Die wichtigsten OnPage-Checks

Hier legen Sie die absolut entscheidende Grundlage. Ohne ein sauberes OnPage-SEO sind alle weiteren Bemühungen wie der Versuch, ein Haus auf Sand zu bauen.

☒ Check 1: Ist Ihre Website mobilfreundlich?

- **Warum es wichtig ist:** Die meisten Nutzer googeln auf dem Smartphone. Wenn Ihre Seite dort schlecht lesbar oder bedienbar ist, springen sie sofort ab. Google betrachtet die mobile Version Ihrer Seite als die primäre Version ("Mobile-First Indexing").
- **Ihre Aufgabe:** Der einfachste Test: Öffnen Sie Ihre Website auf Ihrem eigenen Smartphone. Können Sie alle Texte ohne Zoomen lesen? Funktionieren die Menüs und Buttons problemlos? Für eine technische Prüfung können Sie Google PageSpeed Insights (siehe nächster Punkt) verwenden. Das Tool analysiert im Hintergrund auch die Mobilfreundlichkeit und gibt Ihnen unter dem Punkt "SEO" entsprechendes Feedback.

☒ Check 2: Lädt Ihre Website schnell genug?

- **Warum es wichtig ist:** Niemand wartet gerne. Eine Ladezeit von mehr als 3 Sekunden führt zu massiven Absprungraten. Ladezeit ist ein direkter Rankingfaktor.
- **Ihre Aufgabe:** Testen Sie Ihre Startseite mit Google [PageSpeed Insights](#). Keine Sorge, Sie müssen keine 100/100 Punkte erreichen. Achten Sie aber darauf, dass es keine gravierenden "roten" Warnungen gibt. Die häufigsten Bremsen: zu große Bilder.

☒ Check 3: Haben Sie für jede Seite einen einzigartigen Title Tag?

- **Warum es wichtig ist:** Der Title Tag ist die blaue, klickbare Überschrift in den Google-Ergebnissen. Er ist das wichtigste einzelne Signal, worum es auf Ihrer Seite geht.

- **Ihre Aufgabe:** Googeln Sie site:ihre-domain.de. Schauen Sie sich die blauen Überschriften Ihrer wichtigsten Seiten an. Sind sie einzigartig und beschreibend? Oder steht überall nur Ihr Firmenname? Bonus-Tipp: Ein guter Title enthält das Hauptkeyword und ist unter 60 Zeichen lang.

☒ Check 4: Haben Sie pro Seite nur eine einzige H1-Überschrift?

- **Warum es wichtig ist:** Die H1-Überschrift ist die Hauptüberschrift auf der Seite selbst. Sie sollte Google und dem Besucher klar sagen: "Das ist das Hauptthema hier." Es sollte pro Seite immer nur eine geben.
- **Ihre Aufgabe:** Besuchen Sie Ihre wichtigsten Seiten. Ist die oberste, größte Überschrift logisch und enthält sie das Hauptkeyword?

☒ Check 5: Verstehen Sie, welche Keywords Ihre Kunden nutzen?

- **Warum es wichtig ist:** Sie können die besten Texte der Welt schreiben – wenn diese nicht die Begriffe enthalten, die Ihre Kunden googeln, werden Sie nicht gefunden.
- **Ihre Aufgabe:** Denken Sie wie ein Kunde, nicht wie ein Experte. Würde ein Kunde nach "Raumklimatisierungslösung" suchen oder eher nach "klimaanlage für schlafzimmer"? Erstellen Sie eine einfache Liste mit den 5-10 wichtigsten Suchbegriffen, für die Sie gefunden werden wollen.

☒ Check 6: Bieten Ihre Texte echten Mehrwert?

- **Warum es wichtig ist:** Das ist der Kern von modernem SEO. Ihr Inhalt muss die Frage eines Nutzers besser, verständlicher oder vollständiger beantworten als die Konkurrenz.
- **Ihre Aufgabe:** Lesen Sie sich den Text auf Ihrer wichtigsten Leistungsseite durch. Ist er nur eine langweilige Werbebotschaft? Oder beantwortet er die drängendsten Fragen, die ein Kunde zu diesem Thema hat?

Phase 2: Die lokale Präsenz – Unverzichtbar für lokale Unternehmen

Wenn Sie Kunden vor Ort bedienen, sind die folgenden Punkte Ihr größter Hebel.

☒ Check 7: Haben Sie Ihr Google Business Profile beansprucht und optimiert?

- **Warum es wichtig ist:** Dieses kostenlose Profil ist Ihr digitales Schaufenster und entscheidet über Ihre Sichtbarkeit auf Google Maps. Es ist für lokale Unternehmen wichtiger als die eigene Website.

- **Ihre Aufgabe:** Googeln Sie Ihren Firmennamen. Erscheint rechts Ihr Profil? Falls nicht, erstellen Sie es auf [Google My Business](#). Falls ja, prüfen Sie: Sind alle Daten (Adresse, Telefon, Öffnungszeiten) korrekt? Haben Sie aktuelle Fotos und Ihre Dienstleistungen eingetragen?

☒ **Check 8: Haben Sie mindestens 5 aktuelle, positive Google-Bewertungen?**

- **Warum es wichtig ist:** Bewertungen sind der stärkste Vertrauensbeweis für Neukunden und ein massiver Rankingfaktor für die lokale Suche.
- **Ihre Aufgabe:** Bitten Sie Ihre 5-10 zufriedensten Stammkunden aktiv und persönlich um eine ehrliche Bewertung auf Google.

Phase 3: Der Autoritätsaufbau – Erste OffPage-Schritte

Hier geht es darum, Google zu zeigen, dass Sie eine vertrauenswürdige Quelle sind.

☒ **Check 9: Wissen Sie, wer Ihre Top-3-Wettbewerber bei Google sind?**

- **Warum es wichtig ist:** Sie müssen wissen, gegen wen Sie antreten. Deren Sichtbarkeit ist Ihr Ziel.
- **Ihre Aufgabe:** Googeln Sie Ihre wichtigste Dienstleistung in einem privaten Browser-Fenster. Notieren Sie sich die ersten drei organischen (nicht-Anzeigen) Ergebnisse Ihrer direkten Konkurrenten.

☒ **Check 10: Haben Sie geprüft, woher Ihre Wettbewerber ihre besten Links bekommen?**

- **Warum es wichtig ist:** Backlinks (Links von anderen Seiten) sind wie Empfehlungen. Zu sehen, wer Ihre Konkurrenz empfiehlt, gibt Ihnen Ideen für Ihre eigene Strategie.
- **Ihre Aufgabe:** Nutzen Sie ein kostenloses Backlink-Checker-Tool (z.B. von Ahrefs oder Ubersuggest) und geben Sie die URL eines Wettbewerbers ein. Schauen Sie sich die Liste an. Ist er in einem wichtigen Branchenverzeichnis gelistet, in dem Sie fehlen?

Bonus: Die unverzichtbaren Werkzeuge

☒ **Check 11: Haben Sie die Google Search Console eingerichtet?**

- **Warum es wichtig ist:** Das ist Ihr Cockpit. Es ist kostenlos und zeigt Ihnen, wie Google Ihre Seite sieht, ob es technische Fehler gibt und für welche Keywords Sie Impressionen und Klicks erhalten.
- **Ihre Aufgabe:** Melden Sie sich unter search.google.com/search-console an und folgen Sie den Schritten, um Ihre Website zu bestätigen.

☒ **Check 12: Haben Sie ein Webanalyse-Tool (z.B. Google Analytics) installiert?**

- **Warum es wichtig ist:** Sie müssen wissen, was Ihre Besucher tun. Ohne diese Daten fliegen Sie blind.
- **Ihre Aufgabe:** Installieren Sie ein Analyse-Tool. Wenn Sie Google Analytics nutzen, tun Sie dies unbedingt im datenschutzkonformen Modus (IP-Anonymisierung, AV-Vertrag).

Glückwunsch! Was ist der nächste Schritt?

Wenn Sie diese 12 Punkte abgearbeitet haben, haben Sie mehr für Ihr SEO getan als 90 % aller kleinen und mittleren Unternehmen. Sie haben ein solides, starkes Fundament geschaffen.