

Traffic, Technik & SEO Masterclass

Reines Branding ohne Sichtbarkeit ist wie eine Plakatwand im dunklen Keller. Diese Checkliste ist das absolute Minimum für den Start einer sauberen Indizierung.

1. Technische Indizierung (Das Fundament)

- Sichtbarkeits-Check in WordPress:** Der tödliche Haken ("Suchmaschinen davon abhalten, diese Website zu indexieren") ist DEAKTIVIERT.
- Sitemap generiert:** Eine XML-Sitemap (z.B. über RankMath oder Yoast SEO) wurde als `sitemap_index.xml` erstellt.
- Google Search Console (GSC):** Die Website wurde in der GSC eingetragen & verifiziert, die Sitemap dort eingereicht.
- SSL-Zertifikat aktiv:** Google hasst "Nicht sicher"-Seiten. HTTPs erzwungen?

2. On-Page Basics (Content Optimierung)

- Keine URL-Kannibalisierung:** Jede Unterseite rankt auf genau EIN spezifisches Fokus-Keyword. Die Startseite und Leistungsseite überschneiden sich nicht.
- Sprechende URLs (Permalinks):** Die Struktur ist sprechend: `domain.de/webdesign-berlin/` und NICHT `domain.de/page-id=231/`. Keine Stoppwörter.
- Meta-Title optimiert:** Zwischen 50-60 Zeichen lang. Das Haupt-Keyword steht **ganz am Anfang**.
- Meta-Description optimiert:** Zwischen 140-155 Zeichen. Enthält einen Call-to-Action und ein Häkchen-Emoji für bessere Klickraten!
- H-Tag Struktur:** Es gibt exakt EINE einzige `<H1>` pro Seite. Der Rest wird chronologisch mit H2 und H3 strukturiert.

3. Bilder-SEO (Der Quick-Win)

- Ordentliche Dateinamen:** Vor dem Upload wurden die Bilder sinnvoll benannt (z.B. `agentur-team-berlin.jpg`).
- ALT-Attribute gepflegt:** Jedes Bild hat einen aussagekräftigen Alternativtext (wichtig für Barrierefreiheit und Index).
- WebP Format:** Bilder verkleinert im "WebP" Modus ausgespielt, um Ladezeiten gering zu halten.

4. Rich Snippets & Advanced SEO

- Interne Verlinkung:** Kluge Text-Links zwischen Themen. Verlinke nie "hier", sondern "zu unserem Webdesign-Rechner".
- Schema Markups (JSON-LD):** Code-Blöcke für LocalBusiness oder FAQPage eingebaut, um Snippets zu erzwingen.
- Google Unternehmensprofil:** Name, Telefonnummer und Adresse sind exakt identisch mit dem Impressum der Webseite eingetragen.

Tipp der Profis: *SEO ist kein Sprint, es ist ein Marathon. Schreibe den Content primär für den Nutzer und seine Lesbarkeit. Wenn die Seite den Besucher glücklich macht, merkt Google das am schnellsten.*