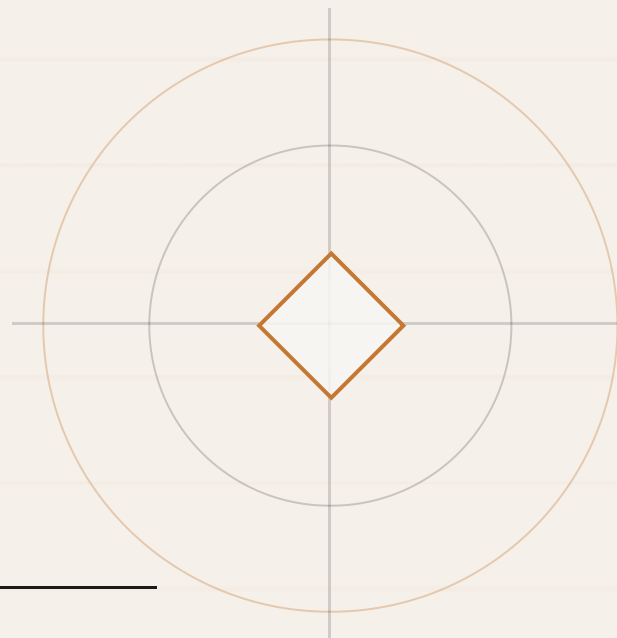


PRÜFEN · BELEGEN · PRIORISIEREN

SEO- Checkliste *2026*

90 konkrete Prüfpunkte für eine belastbare SEO-Basis – von Strategie und Indexierung bis Content, Autorität und Messung.



01	02	03	04
Strategie	Technik	Inhalte	Wirkung

00

90 PRÜFPUNKTE

Acht Bereiche. Ein grober SEO-Stand.

Die Checkliste bündelt zentrale Grundlagen von Strategie und Indexierung bis Content, Suchdarstellung und externen Signalen. Optionale Punkte ergänzen lokale Websites, Shops und internationale Angebote.

01
Strategie & Daten

12 Punkte zu Zielen, Keywords, Intent und Messung.

02
Crawling & Indexierung

12 Punkte zu URLs, Canonicals, Sitemaps und Statuscodes.

03
Technische Qualität

12 Punkte zu Mobile, Rendering und Core Web Vitals.

04
Website-Architektur

10 Punkte zu Hierarchie, Linkwegen und Seitenrollen.

INHALTLICHE SEO-BEREICHE

- | | | |
|-----------|--|--|
| 05 | Content & Suchintention | 12 Punkte zu Nutzen, Vollständigkeit und Aktualität. |
| 06 | Onpage & Suchdarstellung | 12 Punkte zu Title, Description, Überschriften und Markup. |
| 07 | Vertrauen & externe Signale | 10 Punkte zu Verantwortung, Belegen und Backlinks. |

OPTIONALE VERTIEFUNG

- | | |
|----------------------|--|
| LOKAL | Unternehmensprofil, Kerndaten und echte Standortsignale. |
| SHOP | Kategorien, Varianten, Produktdaten und Indexierungslogik. |
| INTERNATIONAL | Sprachversionen, Regionen, hreflang und URL-Wechsel. |

GROBE EINORDNUNG

Erfüllte relevante Punkte _____	Alle relevanten Punkte _____
Quote in Prozent _____	Nicht passende Punkte _____

Wichtig: Die Quote zeigt nur, wie viele relevante Grundlagen erfüllt sind. Sie ist kein Ranking- oder Sichtbarkeitsscore und ersetzt keine Ursachenanalyse.

01

12 PRÜFPUNKTE

Erst das Ziel. Dann die Kennzahl.

Ohne Ausgangslage, klare URL-Verantwortung und messbare Geschäftsziele wird aus SEO schnell eine Sammlung unverbundener Einzelmaßnahmen.

☐	01	Geschäftsziele und gewünschte organische Aktionen sind definiert. Nachweis: Zielblatt · Conversion-Liste	HEBEL
☐	02	Google Search Console ist für alle relevanten Properties verifiziert. Nachweis: Property-Übersicht	GATE
☐	03	Organische Leads, Käufe oder andere Zielaktionen wurden testweise ausgelöst. Nachweis: Testevent · Zielbericht	GATE
☐	04	Eine datierte Ausgangslage für Klicks, Impressionen, Landingpages und Ziele ist gesichert. Nachweis: Export oder Dashboard-Snapshot	PFLEGE
☐	05	Das Keyword-Set verbindet GSC-Daten, Marktbelege und echte Kundenfragen. Nachweis: Keyword-Master · Quellenstand	HEBEL
☐	06	Jedes priorisierte Thema besitzt genau eine primäre Owner-URL. Nachweis: Keyword-URL-Mapping	HEBEL
☐	07	Suchintention und passender Seitentyp wurden vor der Contentplanung geprüft. Nachweis: SERP-Snapshot · Intent-Notiz	HEBEL
☐	08	Brand- und Non-Brand-Suchanfragen werden getrennt betrachtet. Nachweis: GSC-Filter oder Query-Segment	PFLEGE
☐	09	Prioritäten berücksichtigen Nachfrage, Geschäftswert und realistische Wettbewerbsstärke. Nachweis: Priorisierungstabelle	HEBEL
☐	10	Organische Wettbewerber wurden aus den Suchergebnissen ermittelt. Nachweis: SERP-Wettbewerberliste	PFLEGE
☐	11	SEO-Änderungen werden mit Datum, URL, Maßnahme und Verantwortlichem protokolliert. Nachweis: Change-Log	PFLEGE
☐	12	Geschäftsergebnisse und Diagnosemetriken werden nicht miteinander verwechselt. Nachweis: KPI-Definitionen	PFLEGE

02

12 PRÜFPUNKTE

Die richtigen URLs. Ohne Umwege.

Bevor Inhalte verbessert werden, muss klar sein, ob Suchmaschinen die vorgesehenen Seiten erreichen, verarbeiten und als bevorzugte Version erkennen können.

☐	13	Die robots.txt ist erreichbar und blockiert keine wichtigen Bereiche unbeabsichtigt. Nachweis: Datei · robots.txt-Tester	GATE
☐	14	Die XML-Sitemap enthält nur bevorzugte, indexierbare 200-Status-URLs. Nachweis: Sitemap-Crawl	GATE
☐	15	Sitemap-Verarbeitung und gemeldete Fehler wurden in der Search Console geprüft. Nachweis: GSC-Sitemapbericht	PFLEGE
☐	16	Wichtige URLs sind über echte interne Links erreichbar. Nachweis: Crawlgraph · Linkpfad	GATE
☐	17	Repräsentative URL-Prüfungen bestätigen Abruf und gerenderten Hauptinhalt. Nachweis: GSC-URL-Prüfung · Screenshot	GATE
☐	18	Indexierungsberichte wurden nach Ursache und Seitentyp ausgewertet. Nachweis: Ausschlussgründe · URL-Stichprobe	GATE
☐	19	noindex-Anweisungen stehen ausschließlich auf bewusst ausgeschlossenen URLs. Nachweis: Crawl-Export	GATE
☐	20	Canonical-Signale zeigen konsistent auf die tatsächlich bevorzugte URL. Nachweis: HTML · GSC-Auswahl	GATE
☐	21	HTTP/HTTPS- und Host-Varianten leiten in einem klaren Schritt weiter. Nachweis: Header-Check	GATE
☐	22	Interne 3xx-, 4xx- und 5xx-URLs sind erfasst und nach Bedeutung sortiert. Nachweis: Statuscode-Export	GATE
☐	23	Parameter-, Filter- und Druckvarianten erzeugen keine unkontrollierte URL-Fläche. Nachweis: URL-Muster · Crawl	GATE
☐	24	Geänderte URLs besitzen passende 1:1-Weiterleitungen; interne Links wurden aktualisiert. Nachweis: Redirect-Mapping	GATE

03

12 PRÜFPUNKTE

Schnell, stabil und vollständig.

Technische SEO ist nicht der maximale Laborscore. Entscheidend ist, dass relevante Inhalte auf realen Geräten zuverlässig nutzbar, renderbar und messbar bleiben.

☐	25	Mobile und Desktop liefern denselben relevanten Hauptinhalt und dieselben Links. Nachweis: DOM-/Rendering-Vergleich	GATE
☐	26	Viewport, Lesbarkeit, Navigation und Bedienelemente funktionieren auf kleinen Displays. Nachweis: 320/390-px-Test	GATE
☐	27	Core Web Vitals wurden mit Felddaten geprüft. Orientierung: LCP ≤ 2,5 s · INP ≤ 200 ms · CLS ≤ 0,1	HEBEL
☐	28	Das größte sichtbare Element lädt ohne unnötige Prioritäts- oder Bildfehler. Nachweis: LCP-Element · Netzwerkprofil	HEBEL
☐	29	Interaktionen werden nicht durch lange Hauptthread-Aufgaben ausgebremst. Nachweis: Performance-Profil	HEBEL
☐	30	Layout-Sprünge durch Bilder, Fonts, Banner oder nachgeladene UI sind begrenzt. Nachweis: CLS-Diagnose	HEBEL
☐	31	Bilder besitzen passende Abmessungen, Formate und responsive Varianten. Nachweis: Bildinventar	HEBEL
☐	32	Das LCP-Bild wird nicht verzögert lazy geladen; nachgelagerte Bilder dürfen lazy laden. Nachweis: HTML · Request-Timing	HEBEL
☐	33	Webfonts sind reduziert, sinnvoll vorgeladen und blockieren die Darstellung nicht unnötig. Nachweis: Font-Requests	HEBEL
☐	34	Kritischer Inhalt bleibt trotz JavaScript-Fehlern oder verzögerten Requests erreichbar. Nachweis: JS-aus-/Slow-Network-Test	GATE
☐	35	HTTPS ist vollständig; aktive Mixed-Content-Fehler sind ausgeschlossen. Nachweis: Browserkonsole · Header	GATE
☐	36	Templates werden nach Releases auf Status, Rendering, Overflow und Fehler geprüft. Nachweis: Release-QA	PFLEGE

04

10 PRÜFPUNKTE

Jede Seite hat eine Aufgabe.

Eine klare Struktur verbindet Nutzerwege, Themenverantwortung und interne Signale. Sie verhindert, dass ähnliche URLs gegeneinander arbeiten.

☐	37	URLs sind stabil, lesbar und beschreiben den Inhalt ohne unnötige Parameter. Nachweis: URL-Inventar	PFLEGE
☐	38	Die Hierarchie folgt Such- und Nutzeraufgaben statt nur der internen Organisation. Nachweis: Seitenbaum · Nutzerpfade	HEBEL
☐	39	Für jede wichtige Suchabsicht ist eine eindeutige Hauptseite festgelegt. Nachweis: Intent-Owner-Matrix	HEBEL
☐	40	Wichtige Seiten sind mit wenigen sinnvollen Navigationsschritten erreichbar. Nachweis: Klicktiefe · Crawlgraph	HEBEL
☐	41	Es gibt keine indexierbaren Orphan Pages ohne internen Linkpfad. Nachweis: Crawl plus Sitemap/GSC-Abgleich	GATE
☐	42	Interne Linktexte benennen das Ziel konkret und passen in den Kontext. Nachweis: Inlink-Export · Stichprobe	HEBEL
☐	43	Hubseiten führen zu relevanten Detailseiten; Detailseiten verweisen sinnvoll zurück. Nachweis: Cluster-Linkgraph	HEBEL
☐	44	Interne Links enden nicht auf Fehlerseiten oder vermeidbaren Redirectketten. Nachweis: Linkstatus-Export	GATE
☐	45	Navigation und Footer bleiben fokussiert statt mit Keyword-Links überladen. Nachweis: Template-Prüfung	PFLEGE
☐	46	Breadcrumbs spiegeln die reale Hierarchie und verlinken auf gültige Ebenen. Nachweis: UI plus Markup	PFLEGE

DIAGNOSEFRAGE

**Wenn zwei URLs dieselbe Anfrage bedienen:
Welche Seite soll gewinnen – und warum?**

Erst Owner festlegen, dann Inhalte, Links, Canonicals oder Weiterleitungen daran ausrichten.

05

12 PRÜFPUNKTE

Hilfreich ist konkreter als lang.

Es gibt keine magische Wortzahl. Gute Inhalte lösen den erwarteten Suchjob, liefern eigenständigen Nutzen und lassen erkennen, worauf Aussagen beruhen.

☐	47	Jede indexierbare Seite beantwortet einen klar benennbaren primären Suchjob. Nachweis: Ein-Satz-Intent je URL	HEBEL
☐	48	Seitentyp und Darstellungsform passen zum aktuellen Suchergebnis-Muster. Nachweis: datierter SERP-Snapshot	HEBEL
☐	49	Die Hauptfrage wird früh und ohne unnötige Einleitung beantwortet. Nachweis: Above-the-fold-Prüfung	HEBEL
☐	50	Der Inhalt bietet eigene Beispiele, Erfahrung, Daten oder nachvollziehbare Synthese. Nachweis: Informationsgewinn markieren	HEBEL
☐	51	Veränderliche oder wichtige Aussagen besitzen Datum, Kontext und belastbare Quelle. Nachweis: Quellenregister	PFLEGE
☐	52	Dünne, duplizierte oder nahezu identische Template-Seiten wurden identifiziert. Nachweis: Ähnlichkeits- und Seiteninventar	GATE
☐	53	Keyword-Kannibalisierung wurde anhand Queries und Landingpages verifiziert. Nachweis: GSC-Query/URL-Abgleich	HEBEL
☐	54	Content-Lücken folgen echten Entscheidungsfragen, nicht nur Wettbewerberüberschriften. Nachweis: Journey- und Gap-Matrix	HEBEL
☐	55	Überschriften gliedern die Argumentation und werden nicht mit Keywords gefüllt. Nachweis: Heading-Outline	PFLEGE
☐	56	Absätze, Listen, Tabellen und Medien machen komplexe Inhalte schneller erfassbar. Nachweis: Lesetest · Mobile-Stichprobe	HEBEL
☐	57	Veraltete Seiten haben eine klare Entscheidung: aktualisieren, bündeln, ersetzen oder entfernen. Nachweis: Content-Inventar	PFLEGE
☐	58	KI-unterstützte Inhalte wurden redaktionell auf Richtigkeit, Nutzen und Quellen geprüft. Nachweis: Review-Status · keine skalierte Rankingproduktion	GATE

06

12 PRÜFPUNKTE

Klare Signale. Keine Schablonen.

Title und Description helfen bei Einordnung und Klickentscheidung. Google kann die sichtbare Darstellung trotzdem abhängig von Anfrage und Gerät verändern.

☐	59	Jede wichtige URL besitzt einen einzigartigen, beschreibenden Seitentitel. Nachweis: Title-Export	HEBEL
☐	60	Title, sichtbare Hauptüberschrift und Seiteninhalt benennen dasselbe Thema. Nachweis: Template-Stichprobe	HEBEL
☐	61	Meta Descriptions sind pro wichtiger URL spezifisch, korrekt und handlungsnah. Nachweis: Description-Export	HEBEL
☐	62	Tatsächliche Snippets wurden geprüft; Abweichungen werden inhaltlich diagnostiziert. Nachweis: SERP-Snapshot	PFLEGE
☐	63	Es gibt eine klar erkennbare Hauptüberschrift und eine logisch lesbare Gliederung. Nachweis: Heading-Outline	PFLEGE
☐	64	Bedeutungstragende Bilder besitzen hilfreiche Alt-Texte; dekorative bleiben leer. Nachweis: Alt-Attribut-Export	PFLEGE
☐	65	Dateinamen, Bildumfeld und Beschriftungen erklären relevante Medien. Nachweis: Medien-Stichprobe	HEBEL
☐	66	Strukturierte Daten passen zum sichtbaren Inhalt und nutzen den richtigen Haupttyp. Nachweis: Markup plus sichtbare Seite	HEBEL
☐	67	Markup ist validiert; Warnungen und GSC-Erweiterungsberichte wurden bewertet. Nachweis: Rich Results Test · GSC	PFLEGE
☐	68	Breadcrumb- und Site-Name-Signale sind konsistent, sofern für die Website passend. Nachweis: Markup · Suchdarstellung	PFLEGE
☐	69	robots-Meta- und X-Robots-Tag enthalten keine unbeabsichtigten Snippet-Sperren. Nachweis: Header-/HTML-Export	GATE
☐	70	PDFs, Videos oder andere Kernmedien besitzen indexierbaren Kontext und klare Verlinkung. Nachweis: Medien-Landingpages	HEBEL

07

10 PRÜFPUNKTE

Belege statt Autoritätskulisse.

Vertrauen entsteht durch erkennbare Verantwortung, überprüfbare Aussagen und relevante Empfehlungen – nicht durch erfundene Bewertungen oder einen einzelnen Toolscore.

☐	71	Unternehmen, Kontaktwege und inhaltliche Verantwortung sind leicht auffindbar. Nachweis: Über-uns-/Kontakt-Prüfung	GATE
☐	72	Autor oder fachlich verantwortliche Stelle ist bei beratenden Inhalten erkennbar. Nachweis: Autorenangabe · Profil	HEBEL
☐	73	Aktualisierungsdatum und Review-Prozess sind dort sichtbar, wo Aktualität relevant ist. Nachweis: Seiten-Stichprobe	PFLEGE
☐	74	Backlinks werden nach Quelle, Kontext, Zielseite und Relevanz bewertet. Nachweis: Linkinventar · manuelle Stichprobe	HEBEL
☐	75	Auffällige neue oder verlorene Links wurden manuell gegengeprüft. Nachweis: Linkverlauf	PFLEGE
☐	76	Linkkauf, Tauschmuster und skalierte Gastbeiträge dienen nicht der Rankingmanipulation. Nachweis: Outreach-/Link-Richtlinie	GATE
☐	77	Relevante Partnerschaften, Studien, Tools oder Ressourcen bieten echte Zitiergründe. Nachweis: Asset- und Outreach-Plan	HEBEL
☐	78	Externe Fachquellen sind erreichbar, aktuell und möglichst primär. Nachweis: externer Linkcheck	PFLEGE
☐	79	Bewertungen, Referenzen und Leistungsbelege sind echt und nicht irreführend markiert. Nachweis: Belegregister	GATE
☐	80	Manuelle Maßnahmen und Sicherheitsprobleme wurden in der Search Console geprüft. Nachweis: GSC-Berichte	GATE

MERKSATZ

Ein Linktool liefert Hinweise – keine Wahrheit über Qualität oder Ursache.

Die eigentliche Bewertung braucht Quelle, Kontext, Ziel und ein nachvollziehbares Muster.

08

10 PRÜFPUNKTE

Nur abhaken, wenn es passt.

Lokale Anbieter, Shops und internationale Websites benötigen zusätzliche Prüfungen. Für alle anderen Projekte zählen diese Punkte als N/A.

A Lokale SEO

Für Unternehmen mit realem Standort oder zulässigem Einzugsgebiet.

☐ **81**

Google-Unternehmensname, Adresse/Einzugsgebiet, Zeiten und Kategorie entsprechen der Realität.

Nachweis: Business Profile plus Geschäftsbeleg

GATE

☐ **82**

Website, Profil und wichtige Verzeichnisse führen konsistente Kerndaten.

Nachweis: NAP-Stichprobe

PFLEGE

☐ **83**

Leistungen, Produkte, Fotos, Öffnungs- und Sonderzeiten werden aktuell gehalten.

Nachweis: Profil-Review

PFLEGE

☐ **84**

Standortseiten bieten echten lokalen Nutzen und erfinden keine Büros oder Teams.

Nachweis: Standort- und Claim-Prüfung

GATE

B Onlineshop

Für Kategorien, Produkte, Varianten und transaktionale Feeds.

☐ **85**

Kategorien, Produkte, Varianten und Filter besitzen eine definierte Indexierungslogik.

Nachweis: URL-Muster-Matrix

GATE

☐ **86**

Produktdaten und Product-Markup stimmen mit sichtbaren Preisen und Verfügbarkeiten überein.

Nachweis: PDP plus Markup-Test

GATE

☐ **87**

Ausverkaufte und dauerhaft entfernte Produkte folgen einer klaren URL-Strategie.

Nachweis: Status-/Redirect-Regelwerk

HEBEL

☐ **88**

Website, strukturierte Daten und Produktfeed widersprechen sich nicht.

Nachweis: Feed-/Seitenabgleich

PFLEGE

C International

Für Sprach- oder Länderversionen.

☐ **89**

Jede Sprach-/Regionsversion hat eine eigene URL und gegenseitig konsistente hreflang-Verweise.

Nachweis: hreflang-Cluster

GATE

☐ **90**

Sprachwechsel sind crawlbar; Nutzer werden nicht starr nach IP umgeleitet.

Nachweis: Link-/Redirect-Test

GATE