

Checkliste Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Unter SEO-Massnahmen versteht man Websiteoptimierungen, welche die Auffindbarkeit der Inhalte bei externen Suchmaschinen, z.B. Google, verbessert. SEO Massnahmen sind immer spezifisch auf die gewünschten Zielgruppen und die Inhalte vorzusehen. Vorab sollten daher folgende Fragen geklärt sein:

Welche Inhalte sollten besser auffindbar sein?

Wo sind diese Inhalte auf der Website zur Zeit platziert?

Für welche Zielgruppe sollen die Inhalte besser auffindbar sein?

Keywords Analyse

Suchmaschinenoptimierung basiert auf relevanten Keywords. Sie wecken bei Usern den Bedarf an den Inhalten und beschreiben die Angebote und Dienstleistungen der UniBE optimal. Sie sind im aktiven Wortschatz der Zielgruppe vorhanden. Bei der Definition von aussagekräftigen Keywords werden Synonyme, alternative Schreibweisen, Sprache, Fachterminologie vs. Alltagssprache und nationale Unterschiede beachtet.

- Analyse der bestehenden Keywords
- Synonyme, Schreibweisen, Sprache, nationale Unterschiede beachten
- Keywordrecherche mit *Google Autosuggest* und [Google Trends](#)
- Analyse von Keywords auf Konkurrenzseiten
- Aussagekräftige Keywords festlegen
- Bewertung der Keywords

Es gibt verschiedene Tools, um zu ermitteln, welche Suchbegriffe Klicks generieren oder für einen Themenbereich häufig genutzt werden. Bei Interesse [kontaktieren](#) Sie uns.

Die Keywords werden im Titel, Überschriften, Lead und Texten berücksichtigt.

Optimierung Content

Relevanter Inhalt ist das wichtigste Kriterium für eine gute Suchmaschinenplatzierung.

- Die Inhalte sind relevant für Zielgruppe(n)
- Die Inhalte entsprechen den Bedürfnissen der Zielgruppe(n)
- Vermeiden Sie redundante Inhalte

Optimierung Texte

Die Algorithmen der Suchmaschinen sind komplex und nähern sich dem Suchverhalten der Nutzenden immer weiter an. Daher steht die Relevanz, Verständlichkeit und Übersichtlichkeit der Texte im Vordergrund.

- Die Sprache ist der Zielgruppe angepasst
- Die Texte sind verständlich. Setzen Sie für die Analyse des Textes das Tool [readable](#) ein
- Die Texte sind kurz und prägnant
- Die Texte sind durchgängig in einer Sprache

Optimierung Struktur (Navigation)

Um Inhalte für Suchmaschinen gut auffindbar zu gestalten, ist eine klare und flache Strukturierung notwendig. Komplexe Strukturen reduzieren die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen.

- Jede Seite ist optimiert für ein Thema
- Die wesentlichen Inhalte sind einfach erreichbar, also auf der 2. Ebene
- Es sind weniger als 5 Navigationsebenen vorhanden
- Die Struktur ist konsistent, einfach und logisch

Optimierung der Inhaltsstruktur

Eine durchgängige Strukturierung der Inhalte wirkt positiv auf die Suchmaschinenoptimierung. Überschriften werden von Suchmaschinen als besonders relevant eingestuft.

- Jede Seite hat eine Überschrift der Kategorie 1 (H1)
- Die Hierarchie der Überschriften ist konsistent umgesetzt, auf eine Überschrift der Kategorie 1 (H1) folgt eine Überschrift der Kategorie 2 (H2 usw.)
- durchgängige Strukturierung durch Nutzung von Überschriften, Titel und Lead
- relevante Begriffe stehen in Überschriften möglichst am Anfang
- Überschriften sind konsistent zum restlichen Inhalt

Optimierung der Webadresse (URL)

Die Webadresse Ihrer Website soll möglichst sprechend sein, das hilft Usern beim Direktaufruf der Website und unterstützt Ihre Offline-Kommunikation. Suchmaschinen werten Ihre Website höher, wenn viele Domains auf die gleiche Seite führen. Zudem wirkt ein suchmaschinenoptimierter URL positiv auf die Indexierung.

- kurze Pfadbezeichnungen umsetzen
- relevante Begriffe im Pfad platzieren
- Pfadbezeichnung im ZMS-Feld *URL Pfadname* steuern

Optimierung Abbildungen

Abbildungen erhöhen die Attraktivität und Lesbarkeit einer Website. Suchmaschinen indexieren Bilder inhaltlich, d.h. Bild-Titel und Alt-Texte werden indexiert.

- Jede Abbildung erhält im ZMS einen Alt-Tag (ZMS-Feld *WAI-Text*)
- Dateititel sind aussagekräftig und nicht zu lang
- Alt-Tag, der Titel und der Inhalt der Abbildung sind inhaltlich konsistent
- Abbildungen in der Grösse ins ZMS uploaden, in der sie maximal angezeigt werden

Weitere Informationen zu Abbildungen finden Sie in den [Schulungsunterlagen](#).

Optimierung Datei-Uploads

Suchmaschinen indexieren Titel von Dateien und bei barrierefreien PDFs auch deren Inhalte.

- Datei-Titel benennen die Inhalte klar und eindeutig
- Datei-Titel sind aussagekräftig und nicht zu lange
- PDFs werden barrierefrei angeboten. Setzen Sie dafür das Tool [PAVE](#) ein

Optimierung Links

Verlinkte Inhalte werden von Suchmaschinen als relevant eingestuft. Nicht funktionierende Links führen zu einer Abwertung im Suchmaschinenranking.

- Alle Verlinkungen funktionieren einwandfrei. Setzen Sie den [Linkchecker](#) ein
- interne Links für wichtige Seiten setzen
- Externe Links innerhalb und ausserhalb der Universität setzen (besonders bei Microsites, die nicht in der Struktur der Universität sichtbar werden)
- Linktext beinhaltet Wörter, die sich auch auf der Zielseite finden