

SEO-Checkliste

Alle wichtigen Punkte für gute Rankings bei Google – inklusive der Grundlagen für KI-Suchen wie ChatGPT, Perplexity und die AI Overviews.

Hake ab, was auf deiner Website schon erledigt ist. Die Liste beginnt mit den Grundlagen und endet mit Messen und Verbessern. „Muss“ zuerst erledigen, dann „Sollte“; „Kann“ ist Feinschliff. Punkte mit „KI“ sind besonders wichtig, damit KI-Assistenten deine Seite finden, verstehen und nennen.

Stand: 15.10.2026 · Online abhaken: <https://iliyan-hristov.de/checklisten/seo-checkliste/>

Priorität: Muss = Grundlage, Sollte = wichtig, Kann = Feinschliff. [KI] = wichtig für KI-Suche und KI-Assistenten.

Ziele & Keywords

- ☐ **Ziel und Zielgruppe der Website festlegen [Muss]**
Was sollen Besucher tun (anfragen, kaufen, lesen)? Für wen ist die Seite? Daran richten sich Themen, Texte und Messung aus.
- ☐ **Ein Hauptthema pro Seite [Muss]**
Jede URL bedient ein klares Thema mit einem Haupt-Keyword. Mehrere Seiten für dasselbe Keyword konkurrieren miteinander (Kannibalisierung).
- ☐ **Keyword-Recherche mit Suchvolumen und Fragen [Muss]**
Begriffe und Fragen sammeln, die Menschen wirklich suchen (Search Console, Keyword-Tools, „Ähnliche Fragen“). Auch lange Suchphrasen (Longtail) einplanen.
- ☐ **Suchintention prüfen [Muss]**
Die Ergebnisse bei Google zeigen, was erwartet wird: Ratgeber, Vergleich, Produktseite oder lokaler Eintrag. Die eigene Seite muss zu diesem Typ passen.
- ☐ **Wettbewerber in den Suchergebnissen ansehen [Sollte]**
Was haben die Top-Ergebnisse, was der eigenen Seite fehlt? Umfang, Aufbau, Medien, Aktualität.

Crawling & Indexierung

- ☐ **robots.txt erreichbar und ohne Fehlsperren [Muss]**
/robots.txt liefert Status 200 und sperrt keine wichtigen Seiten, CSS- oder JavaScript-Dateien.
- ☐ **XML-Sitemap mit allen indexierbaren Seiten [Muss]**
Sitemap in der robots.txt angeben und in der Google Search Console einreichen. Nur Seiten mit Status 200, ohne noindex, mit sich selbst als Canonical.
- ☐ **Canonical-Tag auf jeder Seite [Muss]**
Jede Seite nennt ihre eigene Haupt-URL. Bei Duplikaten (Filter, Parameter, Druckversion) zeigt der Canonical auf das Original.
- ☐ **Eine einzige Domain-Version [Muss]**
https und entweder mit oder ohne www – alle anderen Varianten leiten per 301 dorthin weiter.
- ☐ **noindex für Seiten ohne Suchwert [Sollte]**
Danke-Seiten, interne Suche, Login, dünne Filterseiten nicht indexieren lassen.
- ☐ **Kaputte Links und 404-Fehler beheben [Muss]**
Interne Links auf nicht vorhandene Seiten korrigieren; verschobene Seiten per 301 auf den passenden Ersatz leiten.
- ☐ **Keine Weiterleitungsketten und -schleifen [Sollte]**
Jede Weiterleitung führt in einem Schritt zum Ziel. Interne Links direkt auf die End-URL setzen.
- ☐ **Eigene 404-Seite mit echtem Status 404 [Sollte]**
Hilfreiche Fehlerseite mit Suche oder Links – aber mit Statuscode 404, nicht 200 (Soft-404).

- ☐ **Google Search Console und Bing Webmaster Tools einrichten [Muss] [KI]**
Beide Konten verifizieren, Sitemap einreichen, Fehler beobachten. Bing ist auch die Suchgrundlage für ChatGPT-Suche und Copilot.
- ☐ **Wichtige Inhalte ohne JavaScript im HTML [Muss] [KI]**
Texte, Links und Überschriften stehen im ausgelieferten HTML (Server-Rendering oder statisch). Viele KI-Crawler führen kein JavaScript aus.

Technik & Ladezeit

- ☐ **HTTPS mit gültigem Zertifikat [Muss]**
Kein Mixed Content (http-Bilder oder -Skripte auf https-Seiten), Zertifikat rechtzeitig erneuern.
- ☐ **Core Web Vitals im grünen Bereich [Muss]**
LCP unter 2,5 s, INP unter 200 ms, CLS unter 0,1 – mit PageSpeed Insights und den Felddaten in der Search Console prüfen.
- ☐ **Mobilfreundlich [Muss]**
Responsives Layout, lesbare Schriftgröße ohne Zoomen, ausreichend große Tippflächen. Google bewertet die mobile Version.
- ☐ **Bilder optimiert [Sollte]**
Moderne Formate (WebP/AVIF), passende Größe, komprimiert, Breite und Höhe gesetzt; Bilder außerhalb des sichtbaren Bereichs mit lazy loading.
- ☐ **Caching und Komprimierung aktiv [Sollte]**
Browser-Caching für Bilder, CSS und Schriften; Auslieferung mit gzip oder Brotli; wenig blockierendes JavaScript.
- ☐ **Kurze, sprechende URLs [Sollte]**
Kleinbuchstaben, Bindestriche, keine Session-IDs; die URL beschreibt den Inhalt (z. B. /seo-checkliste/).
- ☐ **hreflang bei mehreren Sprachen oder Ländern [Kann]**
Jede Sprachversion verweist auf alle anderen und auf sich selbst.
- ☐ **Sauberes HTML [Kann]**
Keine kritischen Fehler im Validator; ein html-lang-Attribut; Seitentitel und Meta-Tags im head.

Onpage

- ☐ **Einzigartiger Title pro Seite [Muss]**
Etwa 50–60 Zeichen, Haupt-Keyword möglichst vorne, Marke am Ende. Kein Title doppelt.
- ☐ **Meta-Description mit Nutzen [Sollte]**
Etwa 120–155 Zeichen, beschreibt den Inhalt und lädt zum Klick ein. Beeinflusst die Klickrate, nicht direkt das Ranking.
- ☐ **Genau eine H1 und klare Zwischenüberschriften [Muss]**
H1 nennt das Thema der Seite; H2/H3 gliedern den Text logisch.
- ☐ **Haupt-Keyword an den wichtigen Stellen [Sollte]**
In Title, H1, erstem Absatz und URL – natürlich formuliert, ohne Keyword-Stopfen.
- ☐ **Alt-Texte für inhaltliche Bilder [Muss]**
Beschreiben, was auf dem Bild zu sehen ist. Dekorative Bilder bekommen ein leeres alt.
- ☐ **Social-Vorschau (Open Graph) [Sollte]**
og:title, og:description und og:image (1200×630) für schöne Vorschauen beim Teilen und in Chats.

Inhalte

- ☐ **Die Frage gleich am Anfang beantworten [Muss] [KI]**
Die wichtigste Antwort steht in den ersten Sätzen, Details folgen danach. Das hilft Lesern, Featured Snippets und KI-Antworten.
- ☐ **Einzigartige, hilfreiche Inhalte [Muss]**
Keine kopierten oder fast gleichen Texte; eigener Mehrwert durch Erfahrung, Beispiele, Daten oder Werkzeuge.
- ☐ **Thema vollständig abdecken [Sollte]**
Die naheliegenden Folgefragen werden beantwortet; Zahlen und Behauptungen mit Quelle.
- ☐ **Gut lesbar aufbauen [Sollte] [KI]**
Kurze Absätze, Listen, Tabellen und Zwischenüberschriften. Klar gegliederte Texte lassen sich auch von KI-Systemen leichter zitieren.
- ☐ **Häufige Fragen (FAQ) beantworten [Kann] [KI]**
Echte Fragen der Zielgruppe mit kurzen, direkten Antworten – auf der passenden Seite, nicht auf einer Sammelseite.
- ☐ **Aktuell halten [Sollte]**
Wichtige Seiten regelmäßig prüfen und das Änderungsdatum zeigen; veraltete Angaben korrigieren.
- ☐ **Schwache Seiten verbessern, zusammenlegen oder entfernen [Sollte]**
Dünne oder doppelte Inhalte ziehen die ganze Website herunter. Ähnliche Seiten zu einer starken Seite zusammenführen (301).

Struktur & interne Links

- ☐ **Flache Seitenstruktur [Sollte]**
Wichtige Seiten sind von der Startseite in höchstens drei Klicks erreichbar.
- ☐ **Interne Links mit beschreibendem Text [Muss]**
Linktexte sagen, was den Leser erwartet – nicht „hier klicken“. Neue Seiten von passenden bestehenden Seiten aus verlinken.
- ☐ **Brotrumen-Navigation [Sollte]**
Zeigt Lesern und Suchmaschinen, wo die Seite in der Struktur steht.
- ☐ **Keine verwaisten Seiten [Sollte]**
Jede indexierbare Seite hat mindestens einen internen Link.

Strukturierte Daten

- ☐ **Organization oder Person mit sameAs [Muss] [KI]**
Name, Logo, URL und Profile (LinkedIn, Wikipedia, Branchenverzeichnisse) als JSON-LD – so ordnen Suchmaschinen und KI die Marke eindeutig zu.
- ☐ **BreadcrumbList auszeichnen [Sollte]**
Brotrumen als strukturierte Daten für schönere Suchergebnisse.
- ☐ **Passende Typen je Seitenart [Sollte]**
Article, Product (Preis, Verfügbarkeit, Bewertungen), LocalBusiness, FAQPage, VideoObject, Event – nur was sichtbar auf der Seite steht.
- ☐ **Mit dem Rich-Results-Test prüfen [Sollte]**
Keine Fehler und möglichst keine Warnungen; Berichte in der Search Console beobachten.

Vertrauen & Links

- ☐ **Impressum, Kontakt und Datenschutz leicht erreichbar [Muss]**
Von jeder Seite verlinkt (meist im Footer), vollständig und aktuell.

- ☐ **Autor und Expertise sichtbar [Sollte] [KI]**
Wer schreibt hier, mit welcher Erfahrung? Autorenbox oder Über-uns-Seite mit Belegen (E-E-A-T).
- ☐ **Hochwertige Backlinks aufbauen [Sollte]**
Links aus dem eigenen Themenumfeld durch gute Inhalte, Partner, Presse – keine gekauften oder getauschten Links.
- ☐ **Marke im Netz erwähnt [Kann] [KI]**
Einträge in relevanten Verzeichnissen, Fachportalen und Medien. KI-Assistenten nennen bevorzugt Marken, über die viele Quellen übereinstimmend berichten.
- ☐ **Bewertungen sammeln und beantworten [Kann]**
Echte Kundenbewertungen auf Google und Fachportalen; auf Kritik sachlich antworten.

Lokale Suche (wenn vor Ort)

- ☐ **Google-Unternehmensprofil vollständig [Sollte]**
Kategorie, Öffnungszeiten, Fotos, Leistungen, Website-Link; regelmäßige Beiträge und Antworten auf Fragen.
- ☐ **Name, Adresse, Telefon überall gleich (NAP) [Sollte]**
Website, Profil und Verzeichnisse nennen exakt dieselben Daten.
- ☐ **Standortseiten mit echtem Inhalt [Kann]**
Pro Standort eine eigene Seite mit Adresse, Anfahrt, Team, Leistungen – keine Textbausteine mit ausgetauschtem Ortsnamen.

KI-Grundlagen (KI-Suche & GEO)

- ☐ **KI-Crawler in der robots.txt bewusst steuern [Muss] [KI]**
Entscheiden, welche Bots erlaubt sind: z. B. OAI-SearchBot und ChatGPT-User (ChatGPT-Suche), PerplexityBot, Claude-SearchBot – und ob Trainings-Bots wie GPTBot, ClaudeBot oder Google-Extended zugreifen dürfen.
- ☐ **Server liefert KI-Bots die Seite aus [Sollte] [KI]**
Keine Firewall- oder CDN-Regel blockiert die genannten Bots versehentlich (in den Server-Logs prüfen).
- ☐ **Klare Fakten zur Firma oder Person auf einer Seite [Sollte] [KI]**
Über-uns- oder Grounding-Page mit Name, Gründung, Ort, Leistungen, Ansprechpartnern und Profilen – kurz, sachlich, aktuell.
- ☐ **Zitierfähige Absätze schreiben [Sollte] [KI]**
Jeder Absatz ist für sich verständlich; Definitionen in einem Satz; konkrete Zahlen mit Einheit und Quelle. So können KI-Antworten die Stelle übernehmen und verlinken.
- ☐ **Einheitliche Entität überall [Sollte] [KI]**
Gleicher Name, gleiche Beschreibung und gleiches Logo auf Website, Profilen und Verzeichnissen; per sameAs verknüpft.
- ☐ **llms.txt bereitstellen [Kann] [KI]**
Kurze Übersicht der wichtigsten Seiten unter /llms.txt für KI-Assistenten (optional, noch kein fester Standard).
- ☐ **Wichtige Infos nicht nur in Bildern oder PDFs [Sollte] [KI]**
Preise, Leistungen und Kontaktdaten als Text auf der Seite – Bilder und PDFs werden von KI-Systemen oft nicht ausgewertet.
- ☐ **Sichtbarkeit in KI-Antworten prüfen [Sollte] [KI]**
Regelmäßig typische Fragen in ChatGPT, Perplexity, Gemini und den Google AI Overviews stellen: Wird die Marke genannt und verlinkt? Stimmen die Angaben?

Messen & Verbessern

- ☐ **Search Console monatlich prüfen [Muss]**
Leistung (Klicks, Impressionen, Position), Indexierung, Core Web Vitals und manuelle Maßnahmen.
- ☐ **Datenschutzkonforme Webanalyse [Sollte]**
Besucher, Quellen und Ziele messen – mit Einwilligung oder cookiefreiem Werkzeug.
- ☐ **Ziele und Anfragen messen [Sollte]**
Kontaktformular, Anrufe, Käufe als Conversions erfassen – nur so zeigt sich, ob SEO Umsatz bringt.
- ☐ **Klickrate wichtiger Seiten verbessern [Sollte]**
Seiten mit vielen Impressionen und wenig Klicks: Title und Description überarbeiten.
- ☐ **Regelmäßig crawlen [Sollte]**
Mit einem Crawler (z. B. Screaming Frog oder einem SEO-Monitoring) Fehler, Weiterleitungen und Duplikate finden.
- ☐ **Änderungen dokumentieren [Kann]**
Was wurde wann geändert? So lassen sich Ranking-Sprünge und Google-Updates einordnen.