

# Technisches OnPage-Audit

10 Maßnahmen mit best und bad cases



**Über mich**

# Über mich

Markus Fritzsche, 31 Jahre alt, wohne in Selters (Taunus)

Abgeschlossene Ausbildung zum Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung

Seit 2013 im Online Marketing tätig mit dem Schwerpunkt SEO

Zertifiziert in Google Analytics, Hubspot, Google Ads und Ryte Expert





# **1. Struktur der Seite**

# 1. Struktur der Seite

Die Struktur der Webseite muss einfach und gut durchdacht sein.

Wenn wir die Struktur nachvollziehen können, dann kann es Google auch.

Hier ist der Blick auf die aktuelle Seite gerichtet.

Die Struktur ist immer vom jeweiligen Fall abhängig.

# Struktur / Navigation

Die Struktur sollte mehrere Bereiche haben:

- Haupt- und Seitennavigation.
- Haupt- und Subnavigation

Je weniger Klicks der Besucher benötigt um an sein Ziel zu kommen, desto besser ist es.

## **2. Prüfung der Überschriften**



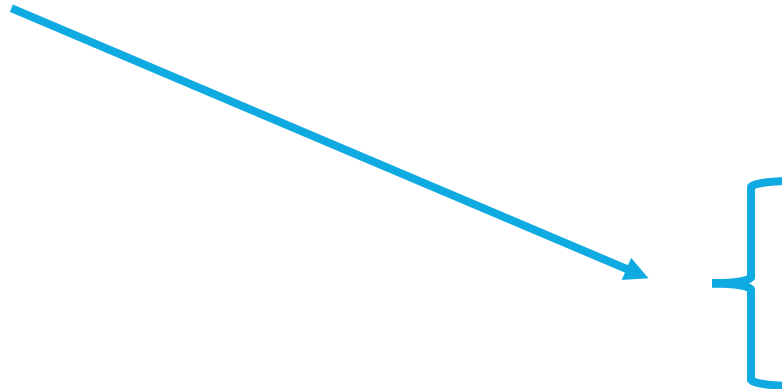
## 2. Prüfung der Überschriften

Bad Case - <https://www.bioland.de/start.html>

Auf der Startseite befindet sich zwar eine Hauptüberschrift H1, umrahmt aber das Logo.

Überschriftenstruktur nicht klar.

H3 Überschriften, mit denen kein Ranking angestrebt wird.



Headings

- H1
- H3 Erfolgreich in den Biolandbau einsteigen
- H2 zu den Landesverbänden
- H2 Veranstaltungskalender
- H2 Bioland-Höfe im Porträt
- H3 Biohof Deeg
- H3 Bioland-Warenbörse
- H3 Im Fokus Fachhandel im Wandel
- H2 "Wir sind halt konsequent"
- H3 Haifischbecken Biohandel
- H3 Bioland kooperiert mit Lidl
- H3 Schmeck das Bioland!
- H3 Zeitreise im Bioland - Fotoaktion bei Instagram
- H3 Bioland auf IGW und Biofach
- H3 Der ökologische Landbau - Landwirtschaft der Zukunft
- H3 Weißkraut-Kartoffelstrudel
- H2 Bioland @Social Media
- H3 IM FOKUS Magazin
- H3 Über uns
- H3 Infos für Verbraucher
- H3 Infos für Erzeuger
- H3 Infos für Partner
- H3 Presse



## IM FOKUS Fachhandel im Wandel



Bioland finden



<h3>

### Erfolgreich in den Biolandbau einsteigen

So werden Sie Mitglied...

<h2>ZU DEN LANDESVORBÄNDEN

Ihr Landesverband ▾

Suchen

<h2>VERANSTALTUNGSKALENDER



Ort oder PLZ

## "Wir sind halt konsequent"

Der Biofachhandel galt lange Zeit als Nische für Ernährungsfundamentalisten – bis Biosupermarktketten wie Alnatura und Denn's auf der Bildfläche erschienen. Fachhändler Willi Pfaff erklärt, wie man gleichzeitig Idealist und erfolgreich sein kann.



## Haifischbecken Biohandel

Immer mehr Landwirte stellen ihre Produktion auf Bio um. Immer mehr Verbraucher wollen Biolebensmittel kaufen. Darum muss sich auch der Handel verändern. Oder hat er das längst getan?



## Bioland kooperiert mit Lidl

Die Kooperation zwischen Bioland und Lidl hat in der Bio-Branche für Aufsehen gesorgt. War Verbandsware lange Zeit nur im Fachhandel zu haben, können nun auch Kunden des Discounters Lidl Bioland-Produkte kaufen.

## 2. Prüfung der Überschriften

Best Case - <https://stewa.de/busreisen/staedtereisen/bamberg/>

H1 Überschrift vorhanden.

Die erste H2 ist der Slogan der Seite und überall zu finden, was durch Umprogrammierung noch entfällt.

Klare Struktur vorhanden.

Hauptüberschrift 1

Unterüberschrift 2

Unterüberschrift 3

Unterüberschrift 2

Headings	
H2	Ihr Reiseexperte im Rhein-Main-Gebiet für Busreisen, Kreuzfahrten und Flugreisen!
H2	Reisefinder
H1	Städtereise Bamberg – Lassen Sie sich von der historischen Stadt in Oberbayern verzaubern
H2	Reiseangebote zu Bamberg im Überblick
H3	1 Tag: Bamberg
H3	1 Tag: Bamberg
H3	Inhaltsverzeichnis
H2	Bamberg – die acht bedeutendsten Sehenswürdigkeiten
H3	1. Der Bamberger Dom
H3	2. Das Alte Rathaus
H3	3. Die Alte Hofhaltung
H3	4. Die Neue Residenz
H3	5. Der Rosengarten
H3	6. Die Obere Pfarrkirche
H3	7. Das Böttingerhaus
H3	8. Der Gabelmann
H2	Bamberg – traditionsbewusst und kulturbefissen
H3	Christlich begründete Traditionen
H3	Kulinarisch begründete Traditionen
H3	Breit gefächertes kulturelles Angebot
H2	Bamberg – tolle Aussichten zu Fuß wie auch vom Wasser aus
H3	Bamberg vom Wasser aus bestaunen
H2	Bamberg – gemütlich Schönes kaufen
H2	Bamberg am Abend – urwüchsig und modern zugleich
H2	Bamberg – auch bei Regen interessant
H2	BAMBERGcard – Vergünstigungen für wenig Geld
H2	Bamberg – Busreise mit STEWA
H4	Der Reisefinder

## 2. Prüfung der Überschriften

Best Case - <https://stadtleben.de/mannheim/guide/fruehstuecken-und-brunchen/>

H1 Überschrift vorhanden, inkl. Emojis.

Klare Struktur vorhanden, wenn auch nur aus H2 bestehend.

Keine leeren H-Elemente vorhanden.

10 Tipps 🍳 Frühstück & 🍷 Brunchen in Mannheim

### Headings

H1 10 Tipps 🍳 Frühstück & 🍷 Brunchen in Mannheim

H2 Folgende LOCATIONS stellen wir euch vor:

H2 Die Metzgerei - Morgendlicher Genuss am Rhein

H2 Café Journal - große Auswahl an Internationalem

H2 Café Vogelfrei - vegan & selbstgemacht

H2 Café Sammo - ideal für Frühaufsteher

H2 Dorint Kongresshotel Mannheim - Langschläfer-Frühstück

H2 Café Pfau - Vintagestil zum Wohlfühlen

H2 Café Fräulein Schiller - regional & saisonal

H2 Café Brue - im Zeichen des Kaffees

H2 SYTE Restaurant - edel & elegant mit hoher Qualität

H2 Kaffee Kult - Schlemmen auf der Terrasse

H2 Schaut mal vorbei...hier sind weitere stadtleben.de-Tipps

H2 Und zum Schluss seid Ihr gefragt!



# **3. PageSpeed Check**



### 3. PageSpeed Check

Google hat die Ladezeit zum Rankingfaktor ausgerufen. → Beginn Juli 2018

<https://webmasters.googleblog.com/2018/01/using-page-speed-in-mobile-search.html>

Eine Seite die länger als 3 Sekunden lädt hat keine Chancen auf Conversions.

Check der Seite am besten mit dem Google Insights Tool

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



As page load time goes from:

**1s to 3s** the probability of bounce **increases 32%**

**1s to 5s** the probability of bounce **increases 90%**

**1s to 6s** the probability of bounce **increases 106%**

**1s to 10s** the probability of bounce **increases 123%**

Source: Google/SOASTA Research, 2017.

# 3. PageSpeed Check – Bad Case - Desktop

PageSpeed Insights

HOME GUIDES REFERENCE

MOBIL **DESKTOP**

**77**

<https://www.xovi.de/>

Der **Speed Score** basiert auf den von **Lighthouse** analysierten Labdaten.

Zeitpunkt der Analyse: 20.1.2019, 11:57:32

Scale: ● 90–100 (hoch) ● 50–89 (durchschnittlich) ● 0–49 (niedrig)

### Felddaten

Anhand der Daten der letzten 30 Tage ist zu erkennen, dass diese Seite im Vergleich zu anderen Seiten im **Bericht zur Nutzererfahrung in Chrome** eine **niedrige** Geschwindigkeit aufweist. Wir zeigen den **90. Prozentrang von FCP** und den **95. Prozentrang von FID** an.

First Contentful Paint (FCP)	2,9 s ▲	First Input Delay (FID)	253 ms ▲		
20%	65%	15%	78%	17%	5%

[Übersicht über Urspr...](#)

### Labdaten

Lighthouse-Analyse der aktuellen Seite in einem emulierten 3G-Netz. Die Werte sind geschätzt und können variieren.

Erste Inhalte gezeichnet	1,5 s ✓	Inhalte weitgehend gezeichnet	2,0 s ✓
Geschwindigkeitsindex	5,8 s ⚠	Erster CPU-Leerlauf	3,9 s ⚠
Zeit bis Interaktivität	4,8 s ⚠	Geschätzte Eingabelatenz	60 ms ✓

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=xovi.de&tab=desktop>

# 3. PageSpeed Check – Bad Case - Mobile

PageSpeed Insights

HOME GUIDES REFERENCE

MOBIL DESKTOP

10

https://www.xovi.de/

Der Speed Score basiert auf den von Lighthouse analysierten Labdaten.

Zeitpunkt der Analyse: 20.1.2019, 11:57:32

Scale: 90-100 (hoch) 50-89 (durchschnittlich) 0-49 (niedrig)

Felddaten

Im Bericht zur Nutzererfahrung in Chrome sind nicht genügend tatsächliche Geschwindigkeitsdaten für diese Seite vorhanden.

Übersicht über Urspr...

Labdaten

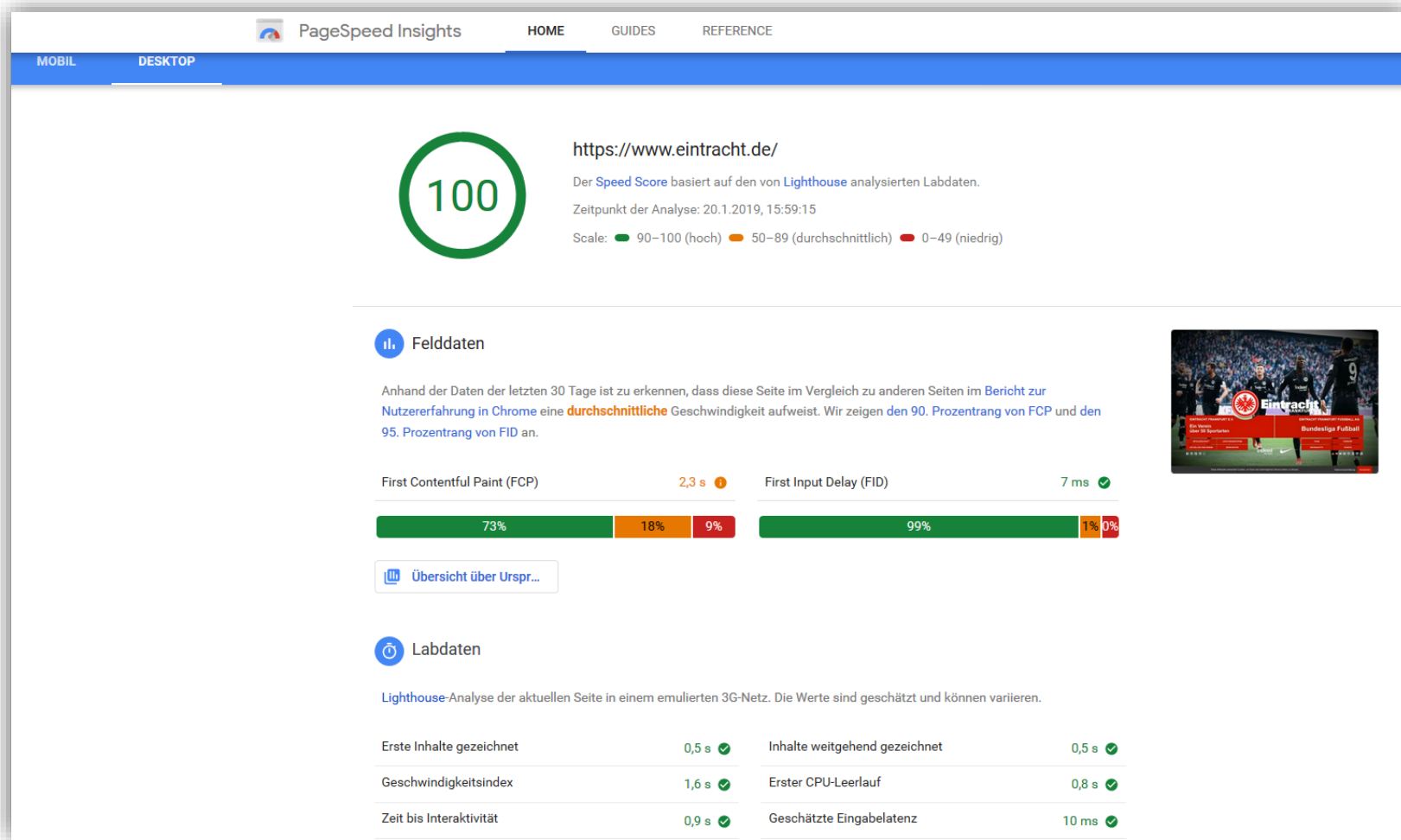
Lighthouse-Analyse der aktuellen Seite in einem emulierten 3G-Netz. Die Werte sind geschätzt und können variieren.

Erste Inhalte gezeichnet	4,8 s ▲	Inhalte weitgehend gezeichnet	6,5 s ▲
Geschwindigkeitsindex	11,2 s ▲	Erster CPU-Leerlauf	16,5 s ▲
Zeit bis Interaktivität	18,6 s ▲	Geschätzte Eingabelatenz	490 ms ▲

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=xovi.de&tab=mobile>

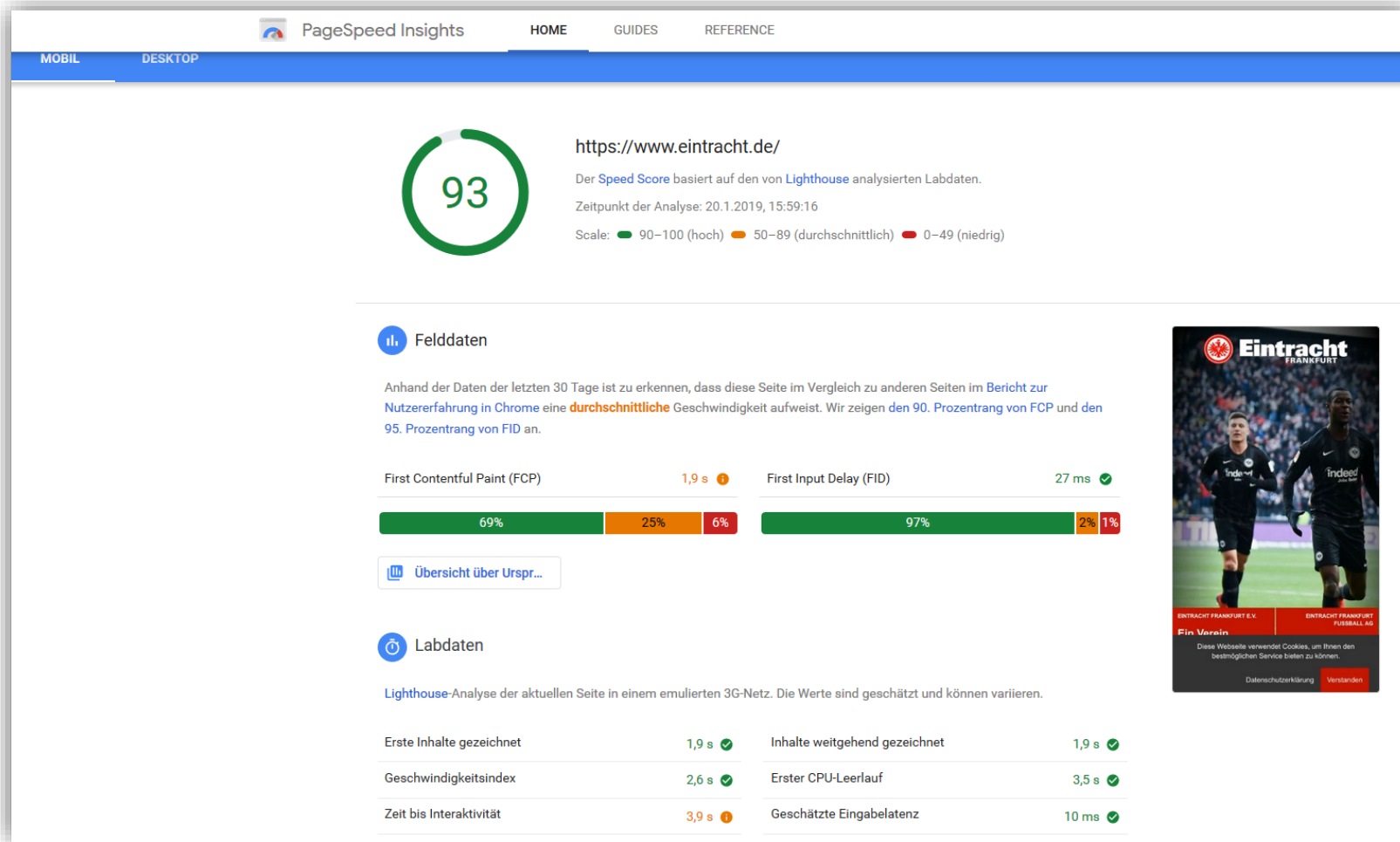


# 3. PageSpeed Check – Best Case - Desktop



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fwww.eintracht.de&tab=desktop>

# 3. PageSpeed Check – Best Case - Mobile



<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=https%3A%2F%2Fwww.eintracht.de&tab=mobile>

# 3. PageSpeed Check – Alternative zu Googles PageSpeed Tool

GTmetrix

The screenshot shows the GTmetrix website interface. At the top, there's a navigation bar with 'GTmetrix', 'Features', 'Resources', 'Blog', and 'GTmetrix PRO'. The main content area displays a 'Latest Performance Report for: https://www.eintracht.de/'. Below this, it specifies the report generation time (Sun, Jan 20, 2019, 7:05 AM -0800), the test server region (Vancouver, Canada), and the tools used (Chrome Desktop 62.0.3202.94, PageSpeed 1.15-gt1, YSlow 3.1.8). A note suggests using a CDN. The 'Performance Scores' section shows a PageSpeed Score of B (88%) and a YSlow Score of C (76%). The 'Page Details' section lists a Fully Loaded Time of 4.0s, Total Page Size of 800KB, and 20 Requests. Below these are tabs for 'PageSpeed', 'YSlow', 'Waterfall', 'Timings', 'Video', and 'History'. The 'PageSpeed' tab is active, showing a table of recommendations with columns for Recommendation, Grade, Type, and Priority. The recommendations include 'Leverage browser caching' (Grade F, 45), 'Optimize images' (Grade E, 57), 'Specify image dimensions' (Grade A, 99), 'Minify JavaScript' (Grade A, 99), 'Minify CSS' (Grade A, 99), and 'Minify HTML' (Grade A, 99). A sidebar on the right titled 'What do my scores mean?' explains that rules are sorted by impact and that not all recommendations apply to every page.

GTmetrix Features Resources Blog GTmetrix PRO

Latest Performance Report for:  
https://www.eintracht.de/

Report generated: Sun, Jan 20, 2019, 7:05 AM -0800  
Test Server Region: Vancouver, Canada  
Using: Chrome (Desktop) 62.0.3202.94, PageSpeed 1.15-gt1, YSlow 3.1.8

Looks like you might not be using a CDN  
[Why should I use a CDN? »](#)

**Performance Scores**

PageSpeed Score: **B (88%)** ^  
YSlow Score: **C (76%)** ^

**Page Details**

Fully Loaded Time: **4.0s** ^  
Total Page Size: **800KB** ^  
Requests: **20** ^

PageSpeed YSlow Waterfall Timings Video History

RECOMMENDATION	GRADE	TYPE	PRIORITY
▼ Leverage browser caching	F (45)	SERVER	HIGH
▼ Optimize images	E (57)	IMAGES	HIGH
▼ Specify image dimensions	A (99)	IMAGES	MEDIUM
▼ Minify JavaScript	A (99)	JS	HIGH
▼ Minify CSS	A (99)	CSS	HIGH
▼ Minify HTML	A (99)	CONTENT	LOW

**What do my scores mean?**

**Rules are sorted in order of impact upon score**  
Optimizing rules at the top of the list can greatly improve your overall score.

**Not every recommendation will apply to your page**  
The recommendations are meant to be generic, best practices; some things will be out of your control (eg. external resources) or may not apply to your page.

# 3. PageSpeed Check – Alternative zu Googles PageSpeed Tool

Pingdom Website Speed Test

Your Results:

[DOWNLOAD HAR](#) [SHARE RESULT](#)

Performance grade **C 80**

Page size **250.4 KB**

Load time **738 ms**

Requests **24**

Improve page performance

GRADE	SUGGESTION
F 0	Add Expires headers
E 56	Compress components with gzip
C 80	Make fewer HTTP requests
B 85	Reduce DNS lookups
A 95	Use cookie-free domains
A 100	Avoid empty src or href
A 100	Put JavaScript at bottom



## **4. Gibt es Duplicate Content?**

**Duplicate Content - Trailing slash**

## 4. Gibt es Duplicate Content?

Trailingslash

Eine Seite erzeugt Duplicate Content, wenn jede Seite sowohl mit als auch ohne abschließendem Slash erreichbar ist. Beide Versionen ergeben einen Status Code: „200 OK“.

Beispiel:

<https://domain.de/verzeichnis>

<https://domain.de/verzeichnis/>

Hier muss unbedingt eine Anpassung vorgenommen werden, um die Dopplungen zu vermeiden.

URL	Status Codes	# Redirects
<a href="https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/deckelung-gefahr-det-ausbau-der-solarenergie/">https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/deckelung-gefahr-det-ausbau-der-solarenergie/</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/deckelung-gefahr-det-ausbau-der-solarenergie">https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/deckelung-gefahr-det-ausbau-der-solarenergie</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/">https://solardachmiete.de/</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/dachvermietung-photovoltaik-info">https://solardachmiete.de/dachvermietung-photovoltaik-info</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/dachvermietung-photovoltaik-info/">https://solardachmiete.de/dachvermietung-photovoltaik-info/</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de">https://solardachmiete.de</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/">https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/</a>	200	0
<a href="https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog">https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog</a>	200	0

Request URL	Status codes	↓ Redirects
> <a href="https://www.reachx.de/suchmaschinenoptimierung">https://www.reachx.de/suchmaschinenoptimierung</a>	<span data-bbox="1793 522 1854 551">301</span> <span data-bbox="1875 522 1939 551">200</span>	1
> <a href="https://www.reachx.de/link-management">https://www.reachx.de/link-management</a>	<span data-bbox="1793 605 1854 634">301</span> <span data-bbox="1875 605 1939 634">200</span>	1
> <a href="https://www.reachx.de/local-seo">https://www.reachx.de/local-seo</a>	<span data-bbox="1793 688 1854 716">301</span> <span data-bbox="1875 688 1939 716">200</span>	1
> <a href="https://www.reachx.de/suchmaschinenoptimierung/">https://www.reachx.de/suchmaschinenoptimierung/</a>	<span data-bbox="1793 771 1854 799">200</span>	0
> <a href="https://www.reachx.de/link-management/">https://www.reachx.de/link-management/</a>	<span data-bbox="1793 853 1854 882">200</span>	0
> <a href="https://www.reachx.de/local-seo/">https://www.reachx.de/local-seo/</a>	<span data-bbox="1793 936 1854 965">200</span>	0



## 4. Gibt es Duplicate Content?

Trailingslash

### Verzeichnisse und Unterseiten

URL

<https://solardachmiete.de/>

<https://solardachmiete.de/dachvermietung-photovoltaik-info>

<https://solardachmiete.de/photovoltaik-blog/kieler-energie-effizienz-messe-2018>

25 ▼

**Duplicate Content –  
non-www etc.**

## 4. Gibt es Duplicate Content?

non-www etc.

Es darf immer nur eine Variante einer Website geben.

Immer prüfen, ob eine Seite mit oder ohne www, sowie mit oder ohne index.php/.html aufrufbar ist.

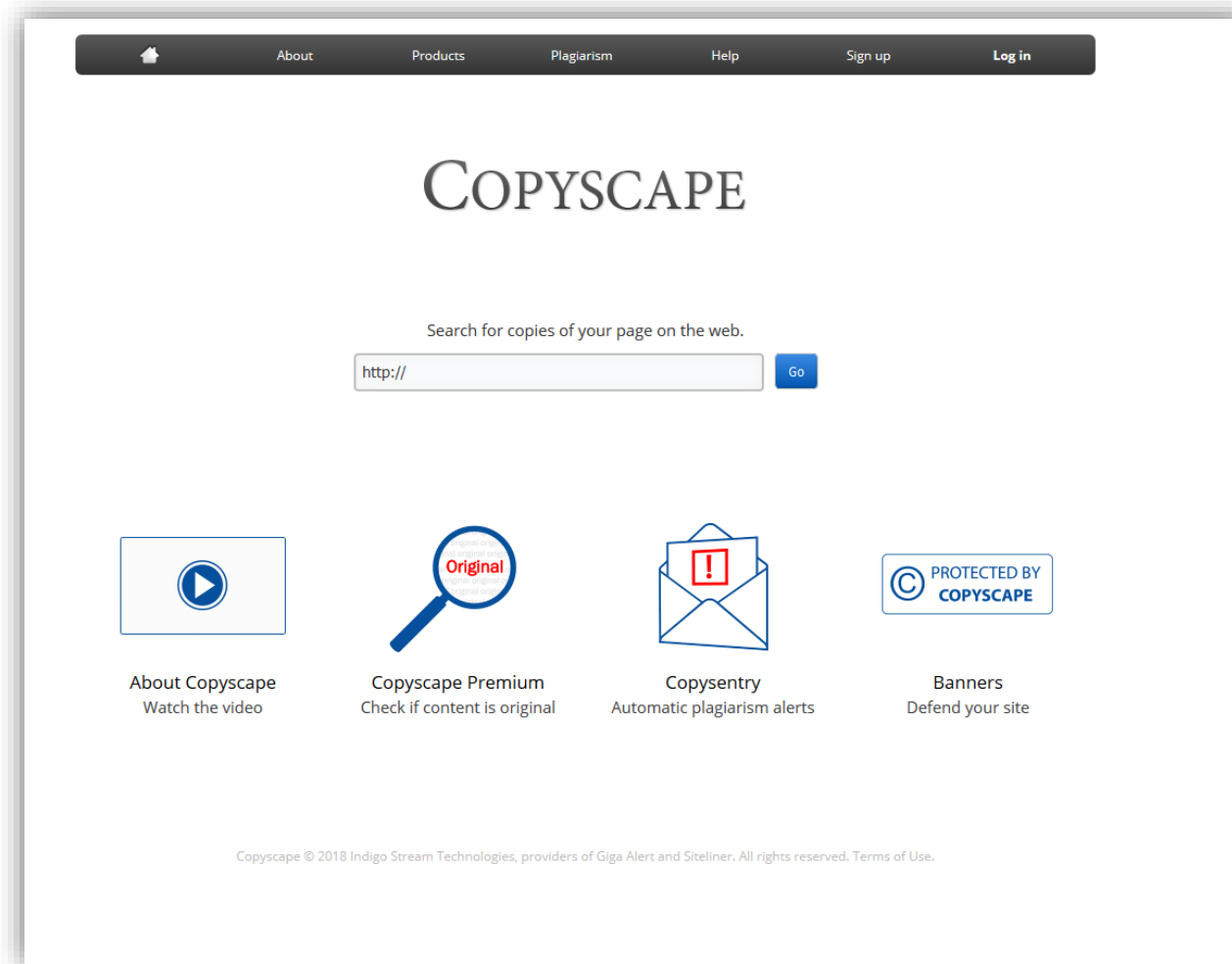
Nötige 301 Weiterleitungen einrichten um so internen DC zu vermeiden.

Request URL	Status codes
> <a href="http://ltgfhs.de">http://ltgfhs.de</a>	200
> <a href="http://www.ltgfhs.de">http://www.ltgfhs.de</a>	200

**Duplicate Content - Textklau**

# 4. Gibt es Duplicate Content?

Textklau





# 4. Gibt es Duplicate Content?

## Textklau

The screenshot shows the Copyscape search interface. At the top, the Copyscape logo is on the left, and navigation links for 'About', 'Products', 'Plagiarism', 'Help', 'Sign up', and 'Log in' are on the right. A search bar contains the URL 'https://www.bioland.de' and a blue 'Copyscape Search' button. Below the search bar, a tip reads: 'Tip: Search for copies of a specific page on your site by entering its URL.' A purple banner indicates '9 results found for Bioland: Start. Click a result below to see the matching content.'

On the left side, there are three promotional sections:

- Do you buy content?** Check if it's original before you purchase with Copyscape Premium.
- Want Copyscape alerts?** Copysentry monitors the web and emails you when new copies are found.
- Got a large website?** Check up to 10,000 pages in a single click with Premium batch search.

At the bottom left, there is a 'Share this page...' button with social media icons for Facebook, Google+, and Twitter.

On the right side, there is a 'Been copied?' section with a 'PROTECTED BY COPYSCAPE' badge. Below this, four search results are listed:




- Ökullus - Bioland Qualität**  
... Die sieben Bioland-Prinzipien stehen für unser Leitbild und Ideal der Landwirtschaft der Zukunft. Wir laden Sie herzlich ein, sich selbst davon ein Bild zu  
<https://www.oekullus.de/oekullus-die-biofrische-gruene-kiste/bioland-hofgut/bioland-qualitaet.html>
- Archiv Hauspost - Gewobe**  
... Wir verwenden Cookies, um die angebotenen Funktionen für Sie zu verbessern und auf Sie zugeschnittene Inhalte bieten zu können. Indem Sie mit der  
<https://www.gewobe.de/service/downloads/archiv-hauspost/>
- Jitrois | Official Website and Online boutique**  
... Jitrois verwendet Cookies, um die angebotenen Funktionen für Sie zu verbessern und Ihnen auf Sie zugeschnittene Inhalte bieten zu können. Indem Sie mit der  
<https://www.jitrois.com/de/>
- Ökologische Landwirtschaft - Biolandhof Frohnenbruch der ...**  
... Die sieben Bioland-Prinzipien stehen für unser Leitbild und Ideal der Landwirtschaft der Zukunft. Wir laden Sie herzlich ein, sich auf unserem Hof selbst davon  
<https://www.frohnenbruch.de/landwirtschaft/>
- Benutzerkonto | Studentenwerk Leipzig**  
... Wir verwenden Cookies, um die angebotenen Funktionen für Sie zu verbessern und auf Sie zugeschnittene Inhalte bieten zu können. Durch Nutzung unserer  
<https://www.studentenwerk-leipzig.de/fremdes-land-fremde-uni-was-nun>


# 4. Gibt es Duplicate Content?


Textklau

**COPYSCAPE** The comparison below was created by Copyscape, which searched for copies of this page:  
<https://www.bioland.de>  
The page below has 29 words matching 5% of the page, as highlighted below:

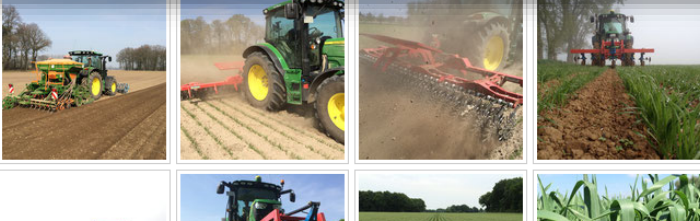
**COPYSCAPE** The comparison below was created by Copyscape, which searched for copies of this page:  
<http://bioland.de>  
The page below has 29 words matching 5% of the page, as highlighted below:  
<https://www.frohnbruch.de/landwirtschaft/>

+ Share this page... |    See matching content in: [Found Page](#) - [Source Page](#)

 **Sieben Prinzipien für die Landwirtschaft der Zukunft**  
**Die sieben Bioland-Prinzipien stehen für unser Leitbild und Ideal der Landwirtschaft der Zukunft. Wir laden Sie herzlich ein, sich auf unserem Ho**  
**selbst davon ein Bild zu machen.** Wer die Zusammenhänge und Auswirkungen unserer Wirtschaftsweise kennt, kann einschätzen, welchen ganzheitlichen Mehrwert



AUSBILDUNG /  
STELLEN  
AKTUELLES  
KONTAKT  
IMPRESSUM /  
ZERTIFIKAT



# **Duplicate Content - Metadaten**

## 4. Gibt es Duplicate Content?

Metadaten

Wichtig ist die Vermeidung von DC innerhalb der Metadaten.

Durch doppelte Einträge in Title, Description oder H1 verschlechtert sich die eigene Position bei der Suchmaschine, da nicht eindeutig klar ist, für welches Keyword welche Seite ranken soll.

Eine Seite kann viele Keywords haben, aber nur ein Keyword der einer Seite zugeordnet werden.

# 5. Metadaten



# 5. Metadaten

Die Meta-Tags sind aufgeteilt in 3 Bereiche:

- Meta-Title
- Meta-Description
- Meta-Keywords

# 5. Metadaten – Meta-Title

Bad Case

Startseite:

**Käthe Wohlfahrt - Online Shop | Rothenburg ob der Tauber**

<https://kaethe-wohlfahrt.com/>

Käthe Wohlfahrt ist bekannt für Weihnachtsschmuck und Weihnachtsartikel. Auf dem Gebiet der traditionellen deutschen Weihnachtsdekorationen sind wir Marktführer...

Hauptkategorie Baumschmuck aus Glas:

**Käthe Wohlfahrt - Online Shop | Baumschmuck aus Glas | Rothenburg ob d...**

<https://kaethe-wohlfahrt.com/Weihnachtswelt/Baumschmuck-aus-Glas/>

Weihnachtswelt - Baumschmuck aus Glas. Käthe Wohlfahrt - Online Shop

# 5. Metadaten – Meta-Title

Best Case

Startseite: „Weihnachtsschmuck von Käthe Wohlfahrt 🎄 online kaufen! “

Weihnachtsschmuck von Käthe Wohlfahrt 🎄 online kaufen!

<https://kaethe-wohlfahrt.com/>

Weihnachtsschmuck & Weihnachtsartikel von Käthe Wohlfahrt. 🎄 Marktführer der traditionellen deutschen Weihnachtsdekorationen . ▶ Jetzt bestellen!

Hauptkategorie Baumschmuck aus Glas: „Baumschmuck aus Glas 🎄 Käthe Wohlfahrt - Online Shop“

Baumschmuck aus Glas 🎄 Käthe Wohlfahrt - Online Shop

<https://kaethe-wohlfahrt.com/Weihnachtswelt/Baumschmuck-aus-Glas/>

Baumschmuck aus Glas 🎄 Hingucker an jedem Baum 🎄 hochwertige Verarbeitung 🎄 Für jeden Geschmack das richtige dabei! ▶ Jetzt über Glasbaumschmuck informieren!

# 5. Metadaten – Meta-Description

Beispiele

Startseite:

Aktuell: „Käthe Wohlfahrt ist bekannt für Weihnachtsschmuck und Weihnachtsartikel. Auf dem Gebiet der traditionellen deutschen Weihnachtsdekorationen sind wir Marktführer.“

Vorschlag: „Weihnachtsschmuck & Weihnachtsartikel von Käthe Wohlfahrt. 🎄 Marktführer der traditionellen deutschen Weihnachtsdekorationen . ▶ Jetzt bestellen! “

Hauptkategorie Baumschmuck aus Glas:

Aktuell: „Weihnachtswelt – Baumschmuck aus Glas. Käthe Wohlfahrt – Online Shop“

Vorschlag: „ Baumschmuck aus Glas 🎄 Hingucker an jedem Baum 🎄 hochwertige Verarbeitung 🎄 Für jeden Geschmack das richtige dabei! ▶ Jetzt über Glasbaumschmuck informieren!“

## 5. Metadaten - Fazit

Die Überarbeitung der Meta-Tags (Title & Description) ist eine Fleißarbeit.

Durch diese Überarbeitung, stellen sich Quick-Wins ein, ohne etwas direkt an der Website zu ändern.

Bitte die Snippets der Konkurrenz **NICHT KOPIEREN**.

Liste mit Emojis, die laut Felix Beilharz auf alle Fälle klappen:  
<https://bit.ly/bunte-serps>

Komplette Emoji-Sammlung zum austesten:  
<https://www.emojibase.com/>

Webinar von Felix Meyer:  
<https://www.omt.de/webinare/seo-mythen-fakten-was-zaehlt-wirklich/>



# **6. Sicherheitsaspekte**

# HTTP 1.1 vs. HTTP/2

## 6. Sicherheitsaspekte - HTTP 1.1 vs. HTTP/2

Die meisten Webseiten laufen noch immer auf dem HTTP 1.1 Protokoll.

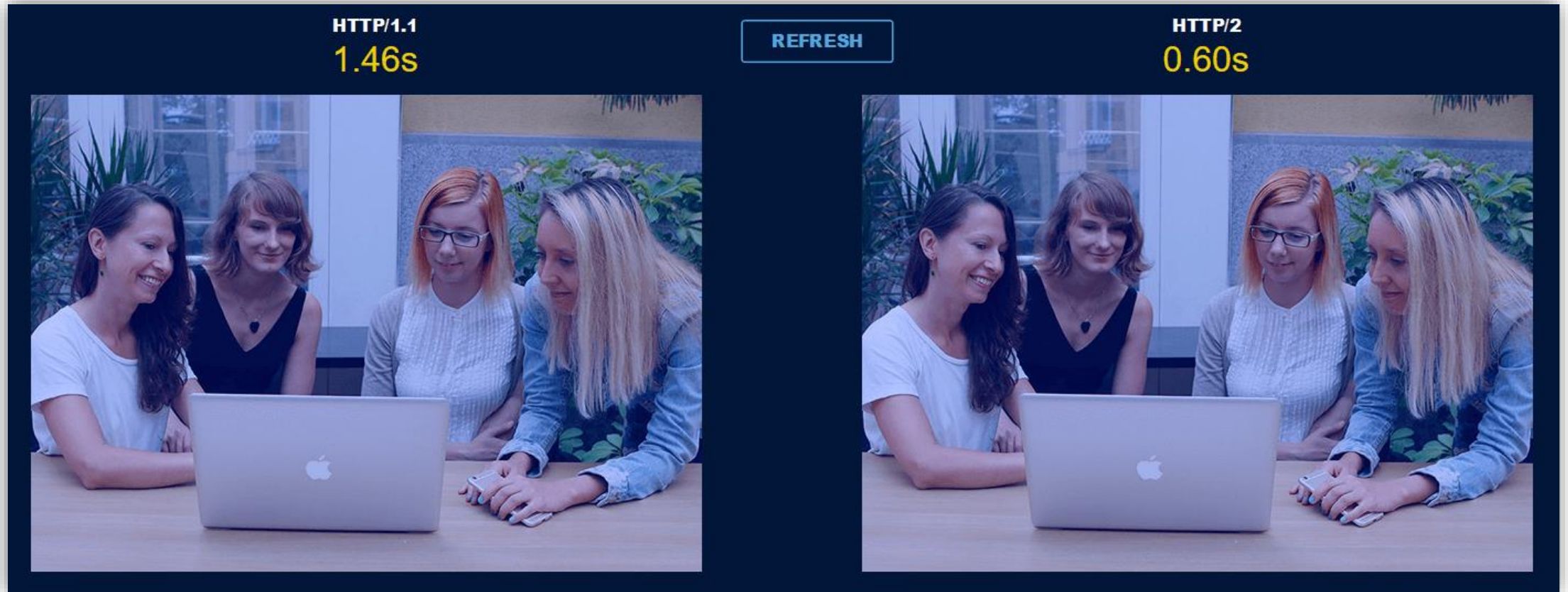
Was sind die Unterschiede zwischen beiden Protokollen?

HTTP beschreibt das Hyper-Text-Transfer-Protokoll

Wenn Version 2.0 aktiviert wird, ist mit deutlich besseren Ladezeiten zu rechnen.



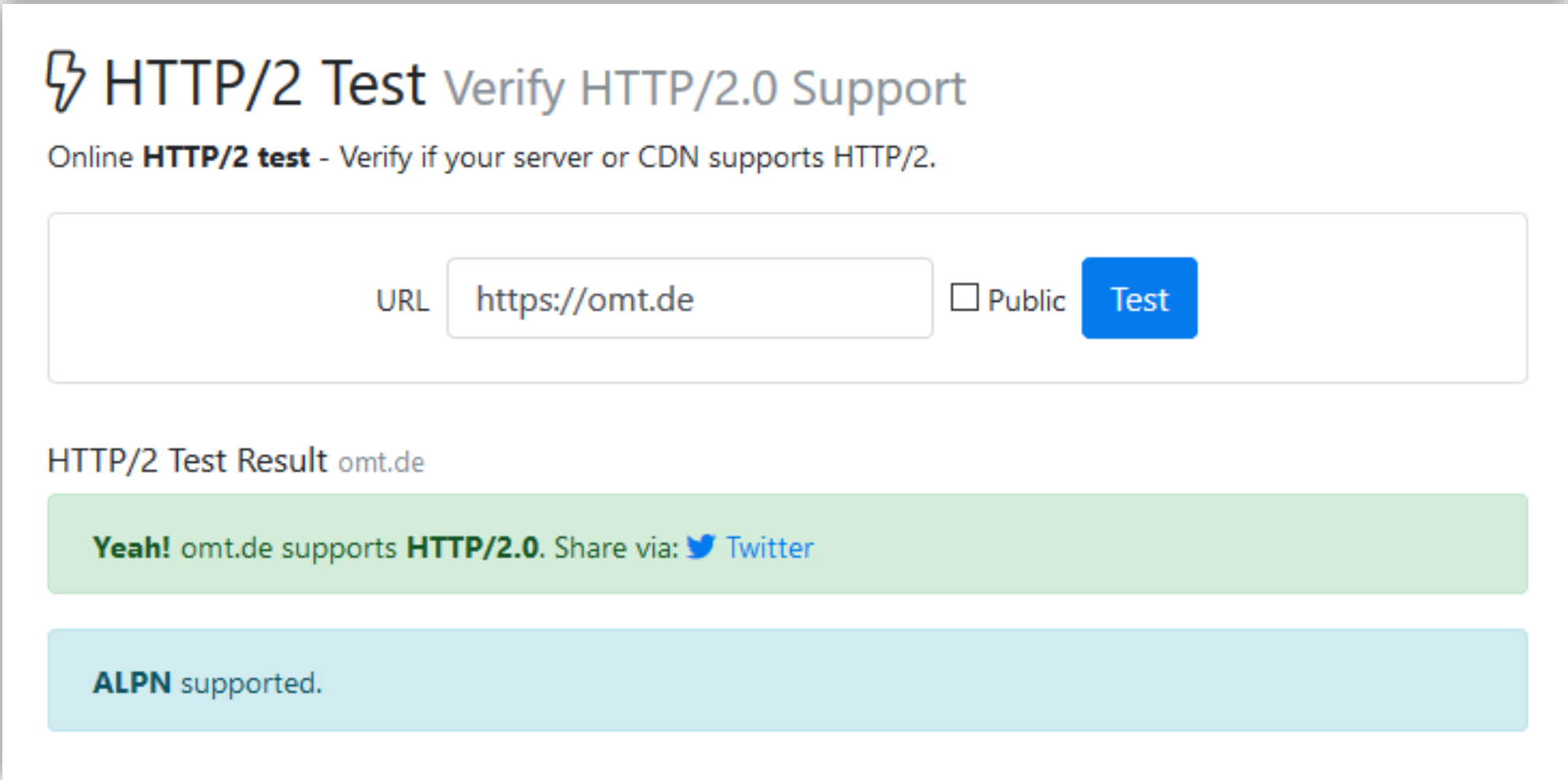
## 6. Sicherheitsaspekte- HTTP 1.1 vs. HTTP/2



Quelle: <https://www.seonative.de/wp-content/uploads/http2demo.io-http2-demo-ergebnisse.png>

Wie zu sehen ist, verringert sich bei dem neuen HTTP Protokoll die Ladezeit erheblich. → Klare Empfehlung zum Upgrade auf HTTP/2

## 6. Sicherheitsaspekte - Wie ist es beim OMT?



**⚡ HTTP/2 Test** Verify HTTP/2.0 Support

Online **HTTP/2 test** - Verify if your server or CDN supports HTTP/2.

URL   Public

HTTP/2 Test Result omt.de

**Yeah!** omt.de supports **HTTP/2.0**. Share via: [Twitter](#)

**ALPN** supported.

**HTTP oder HTTPS ?**



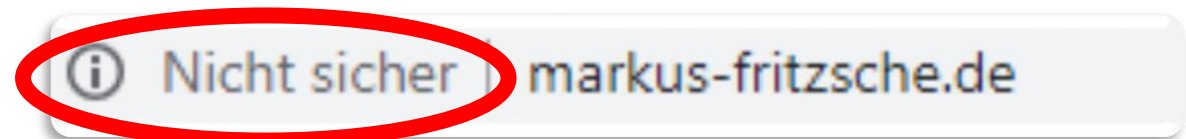
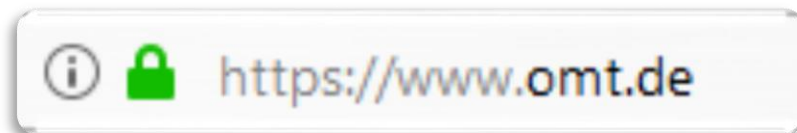
## 6. Sicherheitsaspekte - Unterschiede

HTTP oder HTTPS ?

Das Hypertext Transfer Protocol, kurz **HTTP**, wird genutzt, um Websites vom Server in Ihren Webbrowser zu laden.

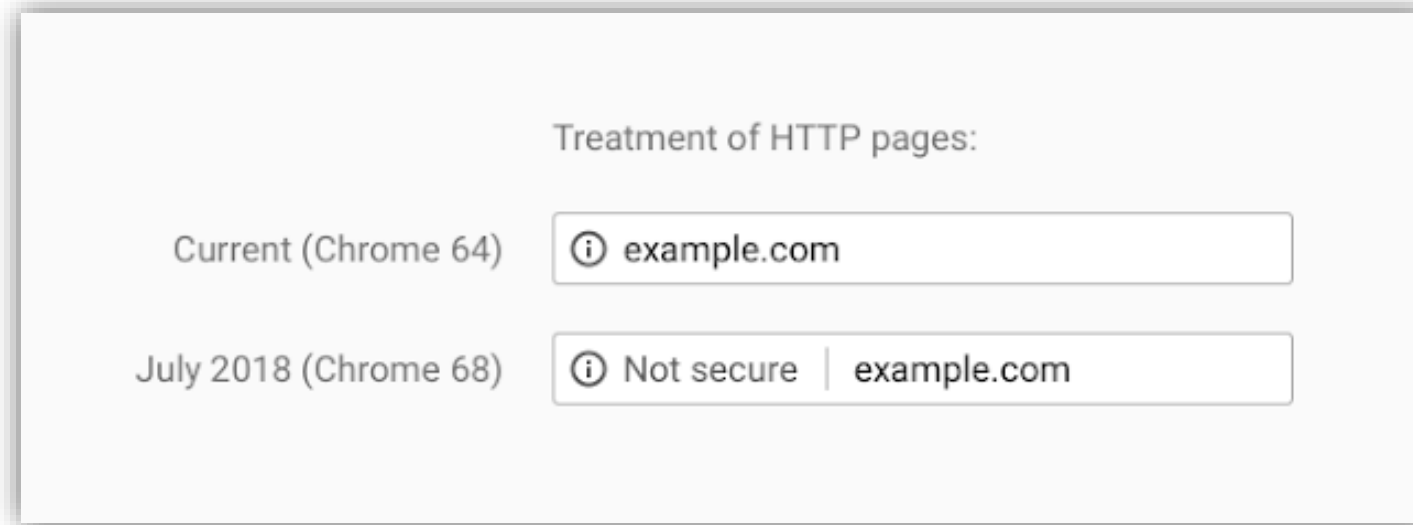
Das Hypertext Transfer Protocol Secure, kurz **HTTPS**, macht das gleiche, führt dies jedoch verschlüsselt durch und stellt somit eine abhörsichere Verbindung zwischen dem Betreiber der Website und Ihrem Browser her.

Ob eine Verbindung sicher ist, ist am Schloss innerhalb der Adresszeile zu erkennen.



## 6. Sicherheitsaspekte - Unterschiede

HTTP oder HTTPS ?



*Geplante Änderungen der Chrome-Benutzeroberfläche nach Googles Original-Ankündigung im Februar 2018 ([Quelle](https://security.googleblog.com/2018/02/a-secure-web-is-here-to-stay.html))*

<https://security.googleblog.com/2018/02/a-secure-web-is-here-to-stay.html>

# **7. Was ist mit Bildern?**

## 7. Was ist mit Bildern?

Schlechte URLs:

[https://stewa.de/img/hotels\\_pm/665565C3-C8BF-37B6-EA763BC74E6C5BF8.jpg](https://stewa.de/img/hotels_pm/665565C3-C8BF-37B6-EA763BC74E6C5BF8.jpg)

[https://kaethe-wohlfahrt.com/out/pictures/generated/product/1/390\\_390\\_75/753470.png](https://kaethe-wohlfahrt.com/out/pictures/generated/product/1/390_390_75/753470.png)



## 7. Was ist mit Bildern?

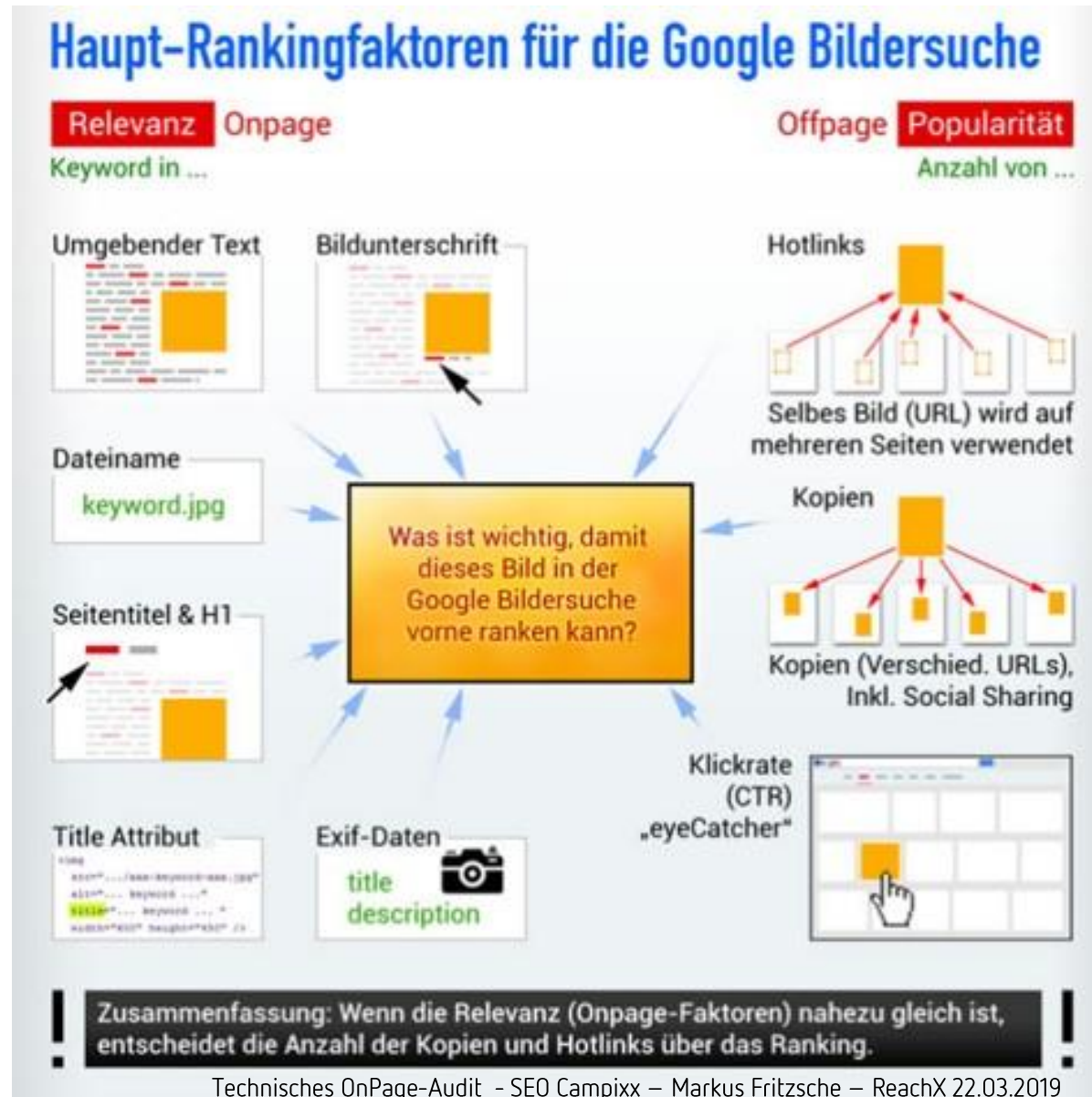
Gute URLs:

[https://www.reachx.de/uploads/strukturierte\\_daten-500x260.jpg](https://www.reachx.de/uploads/strukturierte_daten-500x260.jpg)

<https://s3.amazonaws.com/rkmedianewserver/media/image/68/21/e7/Sangre-de-Drago-Tropfen-vorne2018.jpg>



# 7. Was ist mit Bildern?





# 8. Crawling der Seite

# Crawlingsteuerung

# 8. Crawling der Seite

## Crawlingsteuerung

- Crawling Budget im Auge behalten.
- Suchmaschinen nur oder zumindest vornehmlich die URLs crawlen lassen, die wirklich wichtig sind.
- Seitenstruktur logisch aufbauen.
- Interne Verlinkung sehr wichtig.
- Länge der Klickpfade.

# Search Console

Dashboard

Nachrichten

▸ Darstellung der Suche ⓘ

▸ Suchanfragen

▸ Google-Index

▾ Crawling

Crawling-Fehler

**Crawling-Statistiken**

Abruf wie durch Google

robots.txt-Tester

Sitemaps

URL-Parameter

Sicherheitsprobleme

Andere Ressourcen

## Crawling-Statistiken

Googlebot-Aktivitäten in den letzten 90 Tagen

**Pro Tag gecrawlte Seiten**

Hoch Durchschnittlich Niedrig

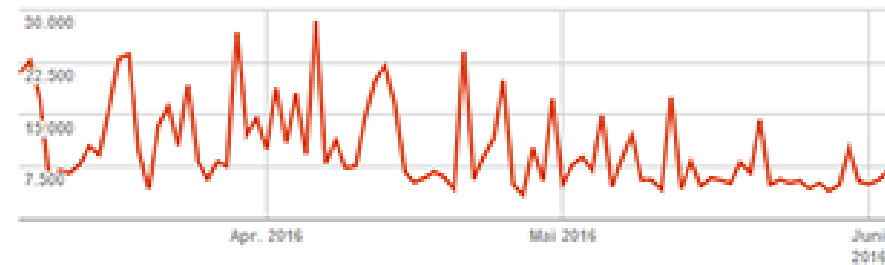
1.035 457 215



**Pro Tag heruntergeladene Kilobyte**

Hoch Durchschnittlich Niedrig

28.546 10.259 3.488



# Crawlingfehler

# 8. Crawling der Seite

## Crawlingfehler

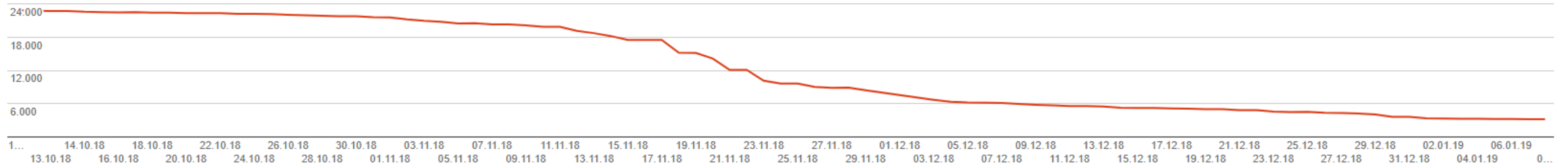
### URL-Fehler

Status: 08.01.19

Desktop ?

Smartphone ?

Serverfehler ?	Soft 404 ?	Nicht gefunden ?
<b>814</b>	<b>2</b>	<b>3.190</b>







APIs Explorer



Services

All Versions

Request History

Services > Search Console API v3 > webmasters.urlcrawlerrorssamples.list

<b>siteUrl</b>	<input type="text" value="://www.deine-auszeit-wetzlar.de"/>	The site's URL, including protocol. For example: http://www.example.com/ (string) <small>This parameter was URL encoded.</small>
<b>category</b>	<input type="text" value="notFound"/>	The crawl error category. For example: authPermissions (string)
<b>platform</b>	<input type="text" value="web"/>	The user agent type (platform) that made the request. For example: web (string)
fields	<input type="text"/>	Selector specifying which fields to include in a partial response. <a href="#">Use fields editor</a>

**bold red** = required

Execute

webmasters.urlcrawlerrorssamples.list executed moments ago time to execute: 284 ms

Request

```
GET https://www.googleapis.com/webmasters/v3/sites/http%3A%2F%2Fwww.deine-auszeit-wetzlar.de/urlCrawlErrorsSamples?category=notFound&platform=web&key={YOUR_API_KEY}
```

Response

```
200 OK
- Show headers -
- {
- "urlCrawlErrorSample": [
- {
  "pageUrl": "meine-leistungen/wimpern-lashes/",
  "last_crawled": "2018-12-29T09:27:55.000Z",
  "first_detected": "2018-08-04T08:15:41.000Z",
  "responseCode": 404,
  "urlDetails": {
    "linkedFromUrls": [
      "http://www.deine-auszeit-wetzlar.de/meine-leistungen/"
    ]
  }
}
]
}
```

# 9. Strukturierte Daten

## 9. Strukturierte Daten

Die Auszeichnung der Website ist in der organischen Suche ein großer Vorteil, denn so nimmt das Suchergebnis mehr Platz in den SERPs ein.

Diese Auszeichnung muss auf allen Seiten erfolgen.

Die Einbindung sollte entweder über ein geeignetes Plugin, oder den Tag Manager erfolgen.

Für die meisten CMS Systeme gibt es entsprechende Plugins zur Auszeichnung.

# 9. Strukturierte Daten

Beispiel: <https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/>

The screenshot shows the Google Testtool interface for structured data. The left pane displays the HTML source code of the page, with line numbers 1 through 5 visible. The right pane shows the structured data extracted from the page, specifically for a `BlogPosting` type. The structured data includes fields such as `url`, `headline`, `datePublished`, `articleSection`, `description`, `commentCount`, and `mainEntityOfPage`. The `mainEntityOfPage` field is further expanded to show details for a `WebPage` type, including `@id`, `name`, `image`, `publisher`, `@type`, `@id`, `name`, and `logo`.

```
1 <!doctype html><!--[if lt IE 7]><html lang="de-DE" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org/schema/"
2 xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns#" class="no-js lt-ie8 lt-
3 ie7"> <![endif--> <!--[if (IE 7)!(IEMobile)]><html lang="de-DE" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org
4 /schema/" xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns#" class="no-js lt-ie9 lt-
5 ie8"><![endif--> <!--[if (IE 8)!(IEMobile)]><html lang="de-DE" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org
6 /schema/" xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns#" class="no-js lt-ie9"><
7 ![endif--> <!--[if gt IE 8]><!--><html lang="de-DE" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org/schema/"
8 xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns#" class="no-js"><!--><![endif-->
9 <head><link rel="preconnect" href="//maxcdn.bootstrapcdn.com crossorigin"><link rel="preconnect"
10 href="//www.googletagmanager.com crossorigin"><link rel="preconnect" href="//www.youtube.com
11 crossorigin"><link rel="preconnect" href="//relaunch-reach-x.de.disqus.com crossorigin"><link
12 rel="preconnect" href="//platform.twitter.com crossorigin"><link rel="preconnect" href="//s.yimg.com
13 crossorigin"><link rel="preconnect" href="//www.google-analytics.com crossorigin"><link rel="preconnect"
14 href="//connect.facebook.net crossorigin"><link rel="preconnect" href="//serve.albacross.com
15 crossorigin"><link rel="preconnect" href="//syndication.twitter.com crossorigin"><link rel="preconnect"
16 href="//collect.albacross.com crossorigin"><link rel="preconnect" href="//www.facebook.com crossorigin">
17 <script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
18 new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
19 j=d.createElement(s),dl='dataLayer'?'+dl':'';j.async=true;j.src=
20 'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
21 })(window,document,'script','dataLayer','GTM-NFX2DH6');</script> <meta charset="utf-
22 8"><title>Qualität statt Masse - Backlink Optimierung leicht gemacht!</title><meta name="HandheldFriendly"
23 content="true"><meta name="MobileOptimized" content="320"><meta name="viewport" content="width=device-width,
24 initial-scale=1.0"/><meta name="msapplication-config" content="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx
25 /library/favicon/browserconfig.xml" /><link rel="apple-touch-icon" sizes="57x57" href="https://www.reachx.de
26 /wp-content/themes/reachx/library/favicon/apple-icon-57x57.png"><link rel="apple-touch-icon" sizes="60x60"
27 href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon/apple-icon-60x60.png"><link rel="apple-
28 touch-icon" sizes="72x72" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon/apple-
29 icon-72x72.png"><link rel="apple-touch-icon" sizes="76x76" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes
30 /reachx/library/favicon/apple-icon-76x76.png"><link rel="apple-touch-icon" sizes="114x114"
31 href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon/apple-icon-114x114.png"><link
32 rel="apple-touch-icon" sizes="120x120" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon
33 /apple-icon-120x120.png"><link rel="apple-touch-icon" sizes="144x144" href="https://www.reachx.de/wp-content
34 /themes/reachx/library/favicon/apple-icon-144x144.png"><link rel="apple-touch-icon" sizes="152x152"
35 href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon/apple-icon-152x152.png"><link
36 rel="apple-touch-icon" sizes="180x180" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon
37 /apple-icon-180x180.png"><link rel="icon" type="image/png" sizes="192x192" href="https://www.reachx.de/wp-
38 content/themes/reachx/library/favicon/android-icon-192x192.png"><link rel="icon" type="image/png"
39 sizes="32x32" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library/favicon/favicon-32x32.png"><link
40 rel="icon" type="image/png" sizes="96x96" href="https://www.reachx.de/wp-content/themes/reachx/library
41 /favicon/favicon-96x96.png"><link rel="icon" type="image/png" sizes="16x16" href="https://www.reachx.de/wp-
42 content/themes/reachx/library/favicon/favicon-16x16.png"><link rel="manifest" href="https://www.reachx.de/wp-
43 content/themes/reachx/library/favicon/manifest.json"><meta name="msapplication-TileColor">
```

BlogPosting	
@type	BlogPosting
url	https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/
headline	Qualität statt Masse - Backlink Optimierung leicht gemacht!
datePublished	2019-01-18T11:21:05+00:00
dateModified	2019-01-18T11:26:59+00:00
articleSection	Linkbuilding
description	Backlinks zu haben und zu bekommen, ist schön. Sie haben Auswirkungen auf die Sichtbarkeit Ihrer Webseite und doch: Wie können Sie den maximalen Nutzen aus Ihren Backlinks ziehen? Hierzu möchte ich Ihnen ein paar Tipps geben. Diese beruhen jedoch alle auf der Voraussetzung, dass Sie in Kontakt mit dem
commentCount	0
mainEntityOfPage	
@type	WebPage
@id	https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/
name	Qualität statt Masse - Backlink Optimierung leicht gemacht!
image	https://www.reachx.de/uploads/bld1-backlinks-optimieren-dh-rx.jpg
publisher	
@type	Organization
@id	https://www.reachx.de/#organization
name	ReachX GmbH
logo	
@type	ImageObject
url	https://www.reachx.de/uploads/reachx-logo-rb.png

BlogPosting 0 FEHLER 0 WARNUNGEN ^

<b>@type</b>	BlogPosting
<b>url</b>	<a href="https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/">https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/</a>
<b>headline</b>	Qualität statt Masse - Backlink Optimierung leicht gemacht!
<b>datePublished</b>	2019-01-18T11:21:05+00:00
<b>dateModified</b>	2019-01-18T11:26:59+00:00
<b>articleSection</b>	Linkbuilding
<b>description</b>	Backlinks zu haben und zu bekommen, ist schön. Sie haben Auswirkungen auf die Sichtbarkeit Ihrer Webseite und doch: Wie können Sie den maximalen Nutzen aus Ihren Backlinks ziehen? Hierzu möchte ich Ihnen ein paar Tipps geben. Diese beruhen jedoch alle auf der Voraussetzung, dass Sie in Kontakt mit dem
<b>commentCount</b>	0
<b>mainEntityOfPage</b>	
<b>@type</b>	WebPage
<b>@id</b>	<a href="https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/">https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht/</a>
<b>name</b>	Qualität statt Masse – Backlink Optimierung leicht gemacht!
<b>image</b>	<a href="https://www.reachx.de/uploads/bild1-backlinks-optimieren-dh-rx.jpg">https://www.reachx.de/uploads/bild1-backlinks-optimieren-dh-rx.jpg</a>
<b>publisher</b>	
<b>@type</b>	Organization
<b>@id</b>	<a href="https://www.reachx.de/#organization">https://www.reachx.de/#organization</a>
<b>name</b>	ReachX GmbH
<b>logo</b>	
<b>@type</b>	ImageObject
<b>url</b>	<a href="https://www.reachx.de/uploads/reachx-logo_rgb.png">https://www.reachx.de/uploads/reachx-logo_rgb.png</a>



# 9. Strukturierte Daten

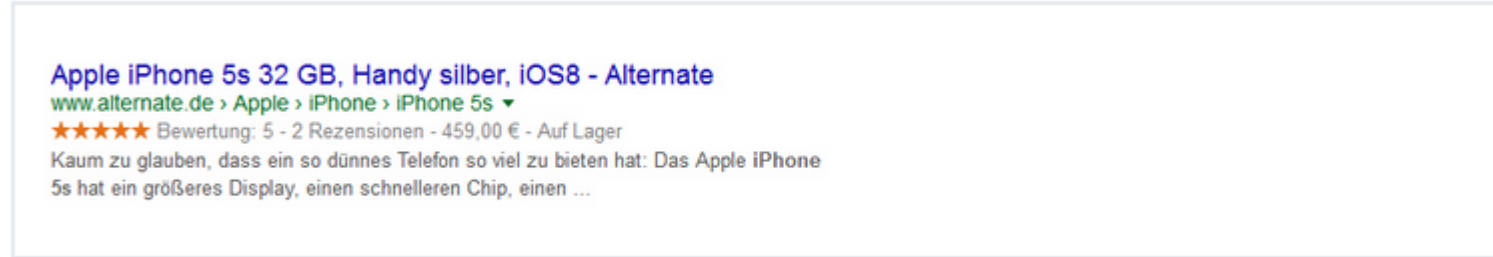
## Beispiel: BlogPosting

```
<script type="application/ld+json">{"@context":"http://schema.org
\/","@type":"BlogPosting","mainEntityOfPage":{"@type":"WebPage","@id":"https://www.reachx.de/qualitaet-
statt-masse-backlink-optimierung-leicht-gemacht\/"},"url":"https://www.reachx.de/qualitaet-statt-masse-
backlink-optimierung-leicht-gemacht\/","headline":"Qualität statt Masse - Backlink Optimierung leicht
gemacht!","datePublished":"2019-01-18T11:21:05+00:00","dateModified":"2019-01-18T11:26:59+00:00","publisher":
{"@type":"Organization","@id":"https://www.reachx.de/#organization","name":"ReachX GmbH","logo":
{"@type":"ImageObject","url":"https://www.reachx.de/uploads/reachx-
logo_rgb.png","width":600,"height":60},"image":{"@type":"ImageObject","url":"https://www.reachx.de/uploads
\/bild1-backlinks-optimieren-dh-
rx.jpg","width":2508,"height":1672},"articleSection":"Linkbuilding","description":"Backlinks zu haben und zu
bekommen, ist schön. Sie haben Auswirkungen auf die Sichtbarkeit Ihrer Webseite und doch: Wie können Sie den
maximalen Nutzen aus Ihren Backlinks ziehen? Hierzu möchte ich Ihnen ein paar Tipps geben. Diese beruhen jedoch
alle auf der Voraussetzung, dass Sie in Kontakt mit dem","author":{"@type":"Person","name":"Dennis
Hirsch","url":"https://www.reachx.de/autor/dennis-hirsch\/","description":"Dennis ist bei uns für das Thema
Local SEO zuständig.\r\n\r\nEr absolvierte bereits sein Praktikum und seine Bachelor Arbeit bei uns und ist nun
als Local SEO Berater bei uns aktiv. Ihm ist wichtig, dass auch regionale Unternehmen und Geschäfte eine Chance
bekommen und wettbewerbsfähig bleiben können.","image":{"@type":"ImageObject","url":"https://
\/secure.gravatar.com/avatar/ac2258e6a0884efb20bf94bd8dc4e570?s=96&d=mm&
r=g","height":96,"width":96},"sameAs":["https://www.facebook.com/firestag?ref=bookmarks"]},"video":
[],"audio":[],"commentCount":"0"}</script>
```



# 9. Strukturierte Daten

## Beispiel Produkt



*Beispiel für ein Produkt-Rich-Snippet*

Auch wenn mittels Markups nahezu alle Eigenschaften eines Produktes ausgezeichnet werden können, sollte der Fokus zuerst auf den Standards (Name, Beschreibung, Bild, Preis, Währung und Bewertung) liegen. Um sich darüber hinaus gegenüber seinen Wettbewerbern einen Vorsprung zu verschaffen, ist es ratsam, noch mehr bzw. weitere strukturierte Daten anzugeben.

# 9. Strukturierte Daten

## Product



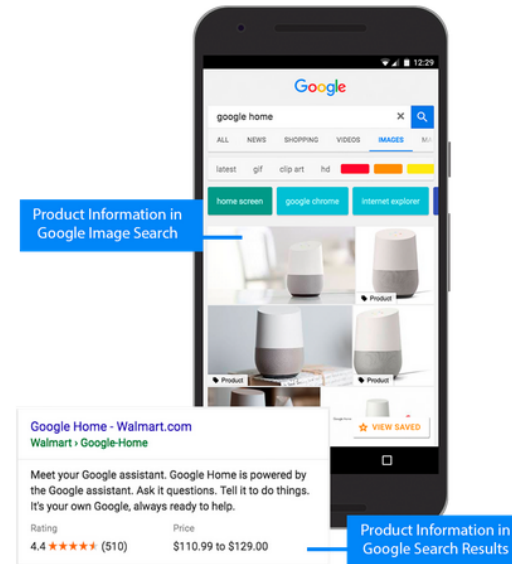
Add markup to your product pages so Google can provide detailed product information in rich Search results – including Image Search. Users can see price, availability, and review ratings right on Search results.

Using markup to enable rich product results lets you attract potential buyers while they are searching for items to buy on Google or images that include products you sell. Maintain the accuracy and freshness of your product information, so your customers find the relevant, current items they're looking for.

This page explains how to mark up your product information so that Google can display rich results (previously known as rich snippets). There are two types of pages where you would typically use this markup:

- a **product page that describes a single product**
- a **shopping aggregator page that lists a single product**, along with information about different sellers offering that product

Product markup enables a badge on the image in mobile image search results, which can encourage more users to click your content.



<https://developers.google.com/search/docs/data-types/product>

# **10. Interne Verlinkung**

# Interne Verlinkungen

Interne Verlinkungen werden immer aus zwei Gründen gesetzt:

- CRO-Gründe durch CTA-Buttons
- SEO-Gründe auf Basis der Keyword-Map

# Interne Verlinkungen

## CRO-Gründe

- Leadeinsammlung, durch Bereitstellung von Downloads, zur Einsammlung von Mailadressen.
- CTA-Button zur Anmeldung zum Newsletter.
- Einbindung Social Media Buttons, zum Teilen des Beitrags.
- Bei Shop, z.B. CTA zum Produkt.



# Interne Verlinkungen

## SEO-Gründe

- Bessere Verzahnung der Website.
- Vereinfachung der Führung des Useres und Bots.
- Mit hartem Ankertext dem Bot sagen, welche Seite auf welchem Keyword ranken soll.

**Eine URL kann/darf viele Keywords haben,  
aber ein Keyword darf nur auf einer URL ranken!**

# Interne Verlinkungen



Keyword	aktuelle URL	Status	gewünschte URL
videomarketing	<a href="https://www.omt.de/content-marketing/360-content-im-videomarketing/">https://www.omt.de/content-marketing/360-content-im-videomarketing/</a>	j	
conversion optimierung	<a href="https://www.omt.de/conversion-optimierung/">https://www.omt.de/conversion-optimierung/</a>	j	
conversion rate optimierung	<a href="https://www.omt.de/conversion-optimierung/">https://www.omt.de/conversion-optimierung/</a>	j	
cro	<a href="https://www.omt.de/conversion-optimierung/">https://www.omt.de/conversion-optimierung/</a>	j	
neuromarketing	<a href="https://www.omt.de/conversion-optimierung/behavior-patterns-10-nuetzliche-neuromarketing-tricks-fuer-deine-conversion-optimierung/">https://www.omt.de/conversion-optimierung/behavior-patterns-10-nuetzliche-neuromarketing-tricks-fuer-deine-conversion-optimierung/</a>	j	
facebook ads	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebook advertising	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebook marketing	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebook targeting	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebook werbung	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebool pixel	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
facebook messenger	<a href="https://www.omt.de/facebook-ads/">https://www.omt.de/facebook-ads/</a>	j	
google ads	<a href="https://www.omt.de/google-adwords-sea/">https://www.omt.de/google-adwords-sea/</a>	j	
google adwords	<a href="https://www.omt.de/google-adwords-sea/">https://www.omt.de/google-adwords-sea/</a>	j	
sea	<a href="https://www.omt.de/google-adwords-sea/">https://www.omt.de/google-adwords-sea/</a>	j	
google shopping	<a href="https://www.omt.de/google-adwords-sea/">https://www.omt.de/google-adwords-sea/</a>	j	
analytics	<a href="https://www.omt.de/google-analytics/">https://www.omt.de/google-analytics/</a>	j	
google analytics	<a href="https://www.omt.de/google-analytics/">https://www.omt.de/google-analytics/</a>	j	
google tracking	<a href="https://www.omt.de/google-analytics/">https://www.omt.de/google-analytics/</a>	j	
shop-optimierung	<a href="https://www.omt.de/google-analytics/shop-optimierung-mit-google-analytics-enhanced-ecommerce/">https://www.omt.de/google-analytics/shop-optimierung-mit-google-analytics-enhanced-ecommerce/</a>	j	
growth hacking	<a href="https://www.omt.de/growth-hacking/">https://www.omt.de/growth-hacking/</a>	j	
growth marketing	<a href="https://www.omt.de/growth-hacking/">https://www.omt.de/growth-hacking/</a>	j	
marketing jobs	<a href="https://www.omt.de/jobs/">https://www.omt.de/jobs/</a>	j	
online marketing jobs	<a href="https://www.omt.de/jobs/">https://www.omt.de/jobs/</a>	j	
online marketing	<a href="https://www.omt.de/konferenz/">https://www.omt.de/konferenz/</a>	n	neue Seite -> Thema: Was ist Online Marketing

**Macht Eure Hausaufgaben**

# Macht Eure Hausaufgaben

- Haltet die Struktur einfach und logisch.
- Verwendet eine klare Überschriftenstruktur
- Achtet auf den PageSpeed Eurer Seite
- Vermeidet Duplicate Content
- Baut Eure Metadaten nach dem AIDA-Prinzip auf

# Macht Eure Hausaufgaben

- Achtet auf die Sicherheit Eurer Seite
- Beschriftet Eure Bilder richtig
- Behaltet Das Crawling im Auge
- Nutzt strukturierte Daten
- Treibt die interne Verlinkung richtig voran



# Vielen Dank!



Xing:

[https://www.xing.com/profile/Markus\\_Fritzsche4/cv](https://www.xing.com/profile/Markus_Fritzsche4/cv)

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/in/markus-fritzsche-764090109/>

Facebook:

<https://www.facebook.com/markusf9387>

Instagram:

<https://www.instagram.com/markusf9387/>

Mail:

[markus.fritzsche@reachx.de](mailto:markus.fritzsche@reachx.de)