

# WEBSITE

CHECKLISTE SEO

GERINGER  
AUFWAND    
KEINE KOSTEN

**vhs**  Transferprojekt  
Digitales Marketing

# SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG: CHECKLISTE FÜR EIGENE VHS-WEBSEITE

## Checkliste zur Optimierung der eigenen Webseite für Suchmaschinen

### 1. Website selbst optimieren (Contentmanagement-System Typo3):

- SEO-Reiter gepflegt: Jede Seite mit eindeutigem Titel-Tag und Meta Description
- Jeder Kurs hat eine eigene Seite mit Titel, Beschreibung, Lernzielen, Zielgruppe, Ort, Preis, Terminen (im Verwaltungsprogramm pflegen, hier aber nichts in die SEO-Reiter eintragen, denn darauf greifen Google & Co. nicht zurück)
- „Sprechende“ URLs: z. B. /kurse/deutsch-a1-[ort], wenn möglich. Keine kryptischen URLs wie z. B. /da%&\_kurs%search
- Meta Description ansprechend formuliert (steigert die Klickrate in den Suchergebnissen)
- H1-Überschrift vorhanden und keyword-relevant
- Texte haben Struktur durch H1-, H2-, H3- und H4-Zwischenüberschriften
- Keywords im Titel (H1), in Zwischenüberschriften (H2, H3, H4) und im Fließtext
- Relevanter Content (inkl. Long Tail Keywords/Ultra Long Tail Keywords) → Content is King! (Mehrwert-Inhalte: Erfahrungsberichte von Teilnehmenden, Interviews mit Dozenten und Dozent\*innen, Projekt-Stories)
- Interne Links zu passenden Seiten
- Bilder optimiert (max. 300 KB, mit Alternativtext/Alt-Attribut)
- FAQ-Bereich angelegt (s. Anleitung: „FAQ-Seite in 30 Minuten erstellt mit KI“)
- Kategorieseiten optimiert (z. B. für Kurse)
- Barrierefreiheit geprüft (Alt-Texte, Kontraste, Screenreader-Kompatibilität)
- Optional für Fortgeschrittene: Autorenschaft hinterlegt (z. B. als HTML-Script)
- Optional für Fortgeschrittene: Aktualisierungsdatum hinterlegt (z. B. als HTML-Script, signalisiert Aktualität, muss aber regelmäßig gepflegt werden)

### 2. Webseitenanalyse

- Suchbegriffe ausgewertet (Google Search Console, Analytics)
- Keywords passend in die Inhalte einarbeitet (z. B. „Rücken“ in allen Sportkursen)
- Smartphone-Ansicht geprüft (im Browser Taste F12)
- Ladegeschwindigkeit geprüft (z. B. über <https://pagespeed.web.dev>)

### 3. Off-Page SEO (SEO 2.0)

- Google: Profil auf Google My Business, Standort und Infos in Google Maps aktuell halten und für gute Rezensionen sorgen
- Social Media nutzen (Teilen von Inhalten, Reichweite steigern)
- Backlinks aufbauen: Einträge auf lokalen Partnerplattformen, Branchenverzeichnissen etc.