

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
Einleitung	15
Über den Autor	22
Danksagung	23
Teil I Vor dem Relaunch	25
<hr/>	
1 Bereiten Sie Ihren Werkzeugkasten vor	27
1.1 Ein kostenloses Google-Konto erstellen	27
1.2 Die Google Search Console einrichten	30
1.2.1 Inhaberschaft bestätigen	32
1.2.2 Einrichtung überprüfen	33
1.2.3 E-Mail-Benachrichtigungen aktivieren	35
1.2.4 Mehrere Properties für eine Domain anmelden	36
1.2.5 Benutzer hinzufügen	39
1.2.6 Das »90-Tage-Problem« der Google Search Console	40
1.2.7 Vorschau: Die neue Google Search Console	42
1.3 Eine XML-Sitemap erstellen und einreichen	46
1.3.1 Wo versteckt sich Ihre Sitemap?	47
1.3.2 Warum verschiedene Sitemaps?	48
1.3.3 Eigene Sitemaps erstellen	49
1.4 Website-Statistik-Tools	61
1.4.1 Google Analytics	61
1.4.2 Matomo (ehemals Piwik)	62
1.4.3 etracker	62
1.4.4 Webalizer	62
1.4.5 Serverlogfiles	64
1.5 Google Analytics installieren	65
1.5.1 Google Analytics datenschutzkonform einbinden	69

1.5.2	Einbindung des Analytics-Codes in Shops, Blogs und Content-Management-Systeme (CMS)	72
1.5.3	Funktion testen	72
1.5.4	Tracking-Code automatisiert prüfen	73
1.5.5	Grundsätzliche Einstellungen in Google Analytics	75
1.6	Zusammenfassung	78
2	Seitenstruktur ermitteln – lernen Sie Ihre Website kennen	79
2.1	Seitenstruktur einlesen – der Onpage-Crawl	80
2.2	Onpage-Crawl mit Screaming Frog SEO Spider ausführen	83
2.2.1	Mögliche Probleme beim Crawlen mit dem Screaming Frog SEO Spider	84
2.2.2	Crawl-Daten prüfen und speichern	85
2.3	Welche Seiten fehlen in Googles Index?	88
2.3.1	Google-Cache manuell abfragen	88
2.3.2	Google-Cache automatisiert abfragen	89
2.4	Anreicherung des Crawls mit weiteren Daten	96
2.4.1	Verbindung zwischen Screaming Frog SEO Spider und Google Analytics herstellen	96
2.4.2	Google Search Console mit dem Screaming Frog SEO Spider verheiraten	100
2.4.3	Externe Linkdatenquellen anzapfen	101
2.5	Wozu können die Crawl-Daten später genutzt werden?	106
2.5.1	Erstellung eines Seitenmappings	107
2.6	Die .htaccess-Datei	109
2.7	Zusammenfassung	111
3	Zeit zum Aufräumen	113
3.1	Prüfen Sie Ihre Inhalte auf Aktualität und Mehrwert	113
3.1.1	Löschen Sie keine gut besuchten Seiten	114
3.1.2	Sichern Sie die Daten der Google Search Console	116
3.1.3	Besucherschwache Seiten aussortieren mit weiteren Tools	118
3.1.4	E-Commerce-Statistik in Google Analytics einrichten	122
3.2	Achten Sie auf gut verlinkte Seiten	125
3.2.1	Verlinkungsdaten in der Google Search Console analysieren	126
3.2.2	Links in Wikipedia finden	128
3.2.3	Weitere Tools, um Links aufzuspüren	133

3.2.4	Linkanalyse und Sicherung mit dem Tool »Ahrefs«	135
3.2.5	Welche Links bringen Besucher?	138
3.2.6	Welche Seiten werden über die Social-Media-Kanäle aufgerufen?	141
3.3	Löschen, aber bitte richtig.	144
3.3.1	Benutzerfreundliche Fehlerseiten gestalten.	145
3.3.2	Suchmaschinenfreundliches Löschen – 404 vs. 410.	145
3.3.3	Seiten aus dem Google-Index entfernen, ohne sie zu löschen	149
3.3.4	Abschließende Hinweise zum Löschen von Inhalten.	151
3.4	Zusammenfassung	152
4	Woher und über welche Keywords kommen die Besucher?	153
4.1	Besucherquellen in Google Analytics analysieren	154
4.1.1	Organic Search	155
4.1.2	Direct.	157
4.1.3	Social.	158
4.1.4	Referrer	161
4.1.5	E-Mail	165
4.1.6	Display.	165
4.1.7	Paid Search.	165
4.2	Daten sichern und prüfen.	169
4.2.1	Verweise exportieren	169
4.2.2	Export in Excel vorbereiten	170
4.2.3	Daten mit dem Screaming Frog SEO Spider prüfen.	171
4.3	Backlinkanalyse ohne Website-Statistik.	172
4.3.1	Class-C-Netz	173
4.3.2	Top Level Domain und geografische Herkunft	174
4.3.3	Linkziele	174
4.3.4	Linktexte	177
4.3.5	Linkstärke	177
4.3.6	Linkumfeld	178
4.4	Keyword-Monitoring – Welche Suchbegriffe sind besonders wertvoll und wofür sind sie gut?.	179
4.4.1	Tools & Tipps zum Keyword-Monitoring.	180
4.5	Wie finden Sie Ihre Suchbegriffe ohne Zugriff auf die Search Console?	189
4.5.1	Sistrix.	189
4.5.2	Ahrefs	192

4.6	Der Sichtbarkeitsindex	195
4.6.1	Vor- und Nachteile von Sichtbarkeitskurven	197
4.6.2	Vergleichsfunktion in Sistrix	198
4.7	Keyword-Monitoring mit dem SEO-Tool PageRangers	200
4.8	Was kosten Sie Ihre Ranking-Verluste?	208
4.8.1	Erster Fall: Platz 3	209
4.8.2	Zweiter Fall: Platz 1	209
4.9	Zusammenfassung	210
5	Unsichtbar, aber wichtig	211
5.1	So finden Sie versteckte Seiten in Ihrer Website.	211
5.2	Unsichtbare Codes identifizieren	214
5.3	Conversion-Pixel & AdWords-Conversion-Codes	216
5.4	Rich Snippets/Strukturierte Daten.	218
5.4.1	Strukturierte Daten in der Google Search Console	218
5.4.2	Rich-Snippet-Testing-Tool	220
5.5	Open Graph und Twitter Cards	221
5.5.1	Der Facebook-Debugger	221
5.5.2	Twitter Card Validator	223
5.6	Facebook Instant Articles	224
5.7	Google AMP	224
5.7.1	AMP-Seiten in der Google Search Console auswerten	226
5.7.2	AMP-Seiten-Aufrufe mit Google Analytics messen.	226
5.8	RSS-Feeds.	228
5.9	Schnittstellen zu Drittsystemen	230
5.10	Codes automatisiert suchen	231
5.10.1	Der Frosch kann helfen	232
5.10.2	DeepCrawl kann auch helfen.	234
5.10.3	Codes überwachen	236
5.11	Alles an einem Platz: Der Google Tag Manager	238
5.12	Zusammenfassung	240
6	Lastenheft erstellen und Agentur finden	241
6.1	Inhalt und Struktur des Lastenheftes	241
6.1.1	Einführung	242
6.1.2	Der Ist-Zustand.	242
6.2	Das Pflichtenheft	264
6.3	Eine Agentur finden	265
6.3.1	Die Suche	265

6.3.2	Der erste Eindruck zählt	266
6.3.3	Das Leistungsspektrum	267
6.3.4	Referenzen und Bewertungen.....	268
6.3.5	Agenturbesuch	271
6.3.6	Keine Agentur gefunden?	273
6.4	Zusammenfassung	274

Teil II Nach dem Relaunch..... 275

7	Fertig? Testen Sie die neuen Seiten auf Herz und Nieren!	277
7.1	So testen Sie innerhalb der Entwicklungsumgebung.	277
	7.1.1 Passwortschutz umgehen	277
	7.1.2 Robots.txt ignorieren	278
7.2	Technische Tests	279
	7.2.1 Ressourcen prüfen	279
	7.2.2 Weiterleitungen erkennen.....	283
	7.2.3 Ladezeiten messen.....	288
	7.2.4 Duplicate Content aufspüren	298
	7.2.5 Datei- und URL-Strukturen prüfen.....	299
	7.2.6 Die Sicherheit checken	301
	7.2.7 Canonical-Tags überprüfen.....	303
	7.2.8 hreflang-Tags checken	305
	7.2.9 Rich-Snippet-Markup testen	308
7.3	Zusammenfassung	310
8	Wurden alle Bestandteile übernommen?	313
8.1	Tracking-Codes suchen.....	313
8.2	Texte extrahieren und analysieren	315
8.3	Unvollständige Inhalte oder leere Seiten finden.....	319
	8.3.1 Wörter zählen mit Excel.....	319
	8.3.2 Wörter zählen mit dem Screaming Frog SEO Spider	320
8.4	Automatische Erstellung von Bildschirmfotos	321
8.5	Überschriften testen	325
	8.5.1 Manuelle Prüfung	325
	8.5.2 Automatisierte Prüfung	326
8.6	Seitentitel und Meta-Descriptions prüfen	328
	8.6.1 Title-Tag-Analyse mit dem Screaming Frog SEO Spider ...	328

8.6.2	Meta-Descriptions analysieren	331
8.6.3	Die SERP-Snippet-Analyse in der Sistrix-Toolbox	332
8.7	Bilder checken	333
8.8	Interne Links prüfen und anpassen	334
8.9	Googles AMP	337
8.10	Social-Media-Tags prüfen	340
8.11	404-Fehlerseiten & Co.	342
8.12	Zusammenfassung	344
9	301 – Alles umgeleitet?	345
9.1	URLs in einer Testumgebung testen	345
9.1.1	URL-Rewriting im Screaming Frog SEO Spider	346
9.1.2	URL-Liste prüfen	348
9.2	URLs in der Produktionsumgebung testen	350
9.3	RSS-Feeds und andere Schnittstellen prüfen	350
9.3.1	RSS-Feeds anpassen	351
9.3.2	Alle Schnittstellen prüfen	353
9.4	Kampagnen-Landingpages prüfen	354
9.5	Backlinks	355
9.5.1	Linkexport prüfen	355
9.5.2	Wikipedia nicht vergessen	358
9.5.3	Plattformen und Portale überprüfen	359
9.6	Zusammenfassung	360
10	XML-Sitemap & Search Console.	361
10.1	Sitemap prüfen und einreichen	361
10.1.1	XML-Sitemap mit dem Screaming Frog SEO Spider crawl	362
10.1.2	XML-Sitemap mit DeepCrawl prüfen	365
10.1.3	Aktualisierung der Sitemap sicherstellen	367
10.1.4	Prüfen der Aktualisierung	368
10.1.5	Sitemaps in der Search Console anmelden	369
10.2	Die Google Search Console – das optimale Monitoring-Tool.	370
10.2.1	Neueinrichtung der Properties	370
10.2.2	Domainwechsel.	373
10.3	Indexierung beschleunigen und überwachen	375
10.3.1	Abruf wie durch Google	375
10.3.2	Crawling-Frequenz prüfen.	377
10.3.3	Indexierungsstatus überwachen	378
10.3.4	Logfile-Auswertung	380

10.4	Überwachung der Vitaldaten Ihrer Website	383
10.4.1	Crawling-Fehler	383
10.4.2	Serververbindung	386
10.4.3	DNS	386
10.4.4	Abruf von robots.txt	387
10.4.5	Strukturierte Daten	389
10.4.6	HTML-Verbesserungen	390
10.4.7	Accelerated Mobile Pages	391
10.4.8	Sicherheitsprobleme	392
10.5	Zusammenfassung	393
11	Sichtbarkeit, Suchbegriffe & Besucher im Blick behalten	395
11.1	Suchanalyse in der Google Search Console	395
11.2	Der Sichtbarkeitsindex	397
11.2.1	Die Relaunch-Delle	398
11.2.2	Sichtbarkeits-Alert in Sistrix einrichten	399
11.3	Keyword-Monitoring	400
11.3.1	Keyword-Monitoring mit Xovi	400
11.3.2	Keyword-Monitoring mit Sistrix	403
11.3.3	Position Zero – Featured Snippet	404
11.4	Website-Statistik beobachten	407
11.4.1	Benachrichtigungen in Google Analytics einrichten	408
11.4.2	Benachrichtigungen in Matomo einrichten	412
11.5	Zusammenfassung	414
12	Was tun, wenn's brennt?	415
12.1	Sichtbarkeitsindex analysieren	415
12.1.1	Holen Sie sich eine zweite Meinung	416
12.1.2	Was ist passiert?	417
12.2	Externe Links prüfen	420
12.3	Disavow-Datei prüfen	424
12.3.1	Linkanalyse mit Xovi	424
12.3.2	Linkanalyse mit Sistrix	426
12.4	Ursachen für die Nicht-Indexierung finden	429
12.4.1	.htaccess-Datei	430
12.4.2	robots.txt	430
12.4.3	Meta-Angaben	430
12.4.4	Falsch konfigurierte URL-Parameter	431
12.4.5	Canonical-Tag	432

12.5	Seiteninhalte prüfen	433
	12.5.1 Title-Tags	433
	12.5.2 Überschriften	435
	12.5.3 Texte	436
	12.5.4 Interne Verlinkungen	436
12.6	Keine Daten vorhanden?	438
12.7	Zusammenfassung	441
13	Umstellung auf SSL.	443
13.1	Warum Daten verschlüsseln?	443
13.2	Woher bekommen Sie ein SSL-Zertifikat?	444
13.3	Was ändert sich innerhalb der Website?	444
13.4	Inhalte duplizieren und anpassen	445
	13.4.1 Header	446
	13.4.2 Body – der Inhalt	451
	13.4.3 XML-Sitemaps und andere Exporte	452
13.5	Testen	455
13.6	Umleiten	456
	13.6.1 Content-Security-Policy	457
	13.6.2 Umleitungsketten verhindern	457
13.7	Überwachen	458
	13.7.1 Google Search Console einrichten	458
	13.7.2 Monitoring mit Sistrix	459
	13.7.3 Logfiles prüfen	460
13.8	Mehr Speed!	461
	13.8.1 Ressource Hints – für Speed-Nerds	461
	13.8.2 HSTS-Preloading	462
13.9	Zusammenfassung	464
A	Tools und Websites	465
A.1	Website-Statistik-Tools	465
A.2	Onpage-Tools	465
A.3	SEO-Tools	466
A.4	Keyword-Monitoring	466
A.5	Backlink-Recherche-Tools	467
A.6	Websites, Blogs und Podcasts	467
A.7	Buchtipps	467
	Stichwortverzeichnis	469