



Website-Optimierung Schritt-für-Schritt

Anleitung & Checkliste in einem

So gelingt's

Die Optimierung einer Website ist ein wichtiger Prozess, um die Benutzerfreundlichkeit, Zugänglichkeit und Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu maximieren – und wir helfen Dir, auch Deine Web-Rakete zum Fliegen zu bringen.

In diesem Leitfaden führen wir Dich Schritt für Schritt durch verschiedene Bereiche der Website-Optimierung: von der Code-Struktur über die Optimierung von Inhalten, Bildern und Videos bis hin zur Verbesserung der Darstellung auf verschiedenen Geräten und der Zugänglichkeit für Menschen mit Sehbehinderungen.

Mit diesen Schritten stellst Du sicher, dass Deine Website nicht nur leistungsfähig, sondern auch benutzerfreundlich und inklusiv (sprich, barrierefrei) ist.

Warum Website-Optimierung wichtig ist

Benutzererlebnis

Eine optimierte Website ist unerlässlich, um Besucher:innen ein gutes Benutzererlebnis zu bieten und gleichzeitig von Suchmaschinen gut gefunden zu werden.

Zugänglichkeit

Durch die Optimierung verbesserst Du nicht nur die Ladezeiten und die technische Leistung, sondern auch die Zugänglichkeit und die Relevanz Deiner Inhalte.

Interaktion

Optimierung führt zu höheren Interaktionsraten und einem besseren Ranking in Suchmaschinen. Die folgenden Schritte helfen Dir, Deine Website umfassend dahin zu optimieren.

Schritt 1: Optimierung des Codes

Ein sauberer und effizienter Code ist die Grundlage jeder leistungsfähigen Website. Ein gut strukturierter Code verbessert die Ladezeiten, erleichtert die Wartung und sorgt für eine verbesserte SEO.

Falls Du ein CMS verwendest, welches den Code selbst generiert, achte bitte darauf eine Vorlage (Theme oder Template) auszuwählen, die einen sauberen Output liefert. Trotz der automatischen Erstellung des Codes ist es hilfreich zu verstehen, wie die Elemente (z.B. Titel) korrekt anzuordnen und zu verschachteln sind.

1.1: HTML-Struktur

- Verwende semantische HTML-Tags (wie `<header>`, `<article>`, `<section>`, `<footer>`), um die Hierarchie und Bedeutung der Inhalte klar darzustellen.
- Nutze die Titel-Tags `<h1>` bis `<h6>` in der richtigen Reihenfolge, um die Struktur der Inhalte abzubilden. Bitte nur ein `<h1>`-Tag pro Seite verwenden, idealerweise für den Haupttitel der Seite.
- Verschachtele die Inhalte so wenig wie möglich.

1.2: CSS und JavaScript

- Verwende nur die nötigsten CSS-Regeln und entferne ungenutzte Stile. Diverse Tools können helfen, das CSS zu minimieren.
- Minimiere den Einsatz von JavaScript, um Ladezeiten zu reduzieren. Externe Skripte sollten möglichst vermieden werden, oder wenn nicht anders möglich asynchron oder nach Möglichkeit am Ende des HTML-Codes geladen werden.
- Verwende Tools um JavaScript und CSS zu komprimieren und die Dateigröße zu verringern.

1.3: Caching und Dateigrößen

- Stelle sicher, dass wiederverwendbare Ressourcen wie CSS und JavaScript gecached werden, um die Ladezeiten bei wiederholtem Besuch zu verringern.
- Verwende Tools zur Komprimierung und Kombination von Dateien, um HTTP-Anfragen zu verringern und Ladezeiten zu verbessern.
- Nutze Seiten-Caching und Objekt-Caching um die zur Verfügung gestellten Daten möglichst schnell zu laden.

Nächstes Thema: Content

„Konzentrieren Sie sich auf die Absicht der Suchenden. Dies sollte all Ihren Aktivitäten zugrunde liegen – Forschung, Erstellung und Verteilung der Inhalte. Was versuchen die Suchenden wirklich zu erreichen und wie hilft Ihr Inhalt ihnen, dieses Ziel zu erreichen?“

Simon Ensor
Geschäftsführer @ Yellowball

Schritt 2: Optimierung der Inhalte

Relevante, klar strukturierte und zielgruppenorientierte Inhalte sind entscheidend für das Benutzererlebnis und die Sichtbarkeit in Suchmaschinen.

2.1: Text-Inhalte

- Verwende kurze Absätze, Listen, Überschriften und Hervorhebungen, um die Inhalte übersichtlich zu gestalten. Ein einfacher Schreibstil erleichtert das Verständnis.
- Verwende relevante Schlüsselwörter, aber vermeide Keyword-Stuffing. Platziere Keywords in Überschriften und wichtigen Abschnitten.
- Nutze die Meta-Tags, insbesondere den Titel und die Beschreibung, um Suchmaschinen und Nutzern einen Überblick über den Inhalt zu geben.

2.2 Bilder und Videos

- Verwende Tools um die Dateigröße von Bildern zu reduzieren, ohne die Qualität erheblich zu beeinträchtigen. Nutze dabei moderne Bildformate, passend zum jeweiligen Bild-Inhalt.
- Verwende beschreibende Alt-Tags, die den Inhalt des Bildes kurz erläutern. Dies verbessert die Zugänglichkeit für sehbehinderte Nutzer:innen und hilft Suchmaschinen, den Bildinhalt zu verstehen.
- Lagere Videos nach Möglichkeit auf Streaming-Plattformen (wie z.B. YouTube oder Vimeo) aus und binden Sie diese ein, anstatt sie direkt zu hosten. So verbesserst DU massiv die Ladezeiten.

Nächstes Thema: Design

„Bei gutem Design geht es nicht darum, in welchem Medium du arbeitest. Es geht darum, sich vorher genau zu überlegen, was du tun möchtest und womit du arbeiten musst.“

Susan Kare
Grafikdesignerin

Schritt 3: Responsives Design

Eine moderne Website sollte auf allen Geräten, ob Desktop, Tablet oder Smartphone, optimal dargestellt werden.

3.1: Mobile-First Ansatz

- Entwickle Deine Website immer auch für kleinere Bildschirme und passen Sie dann das Layout für alle Ausgabegeräte an.
- Verwende flexible CSS-Methoden (z.B. flexibles CSS-Grid und Flexbox-Layouts), um Elemente dynamisch an verschiedene Bildschirmgrößen anzupassen.

3.2: Media Queries

- Setze Media Queries ein, um spezifische Stile für verschiedene Bildschirmgrößen festzulegen. Passe Schriftgrößen, Abstände und Bilder entsprechend an.
- Nutze Media Queries ebenfalls um verschiedene Inhalte für verschiedene Ausgabegeräte zu definieren. Z.B. auf einem Smartphone weniger oder andere Texte & Bilder darstellen als auf Desktop.

1.3: Responsive Bilder

- Verwende die Attribute `srcset` und `sizes`, um verschiedene Bildgrößen für verschiedene Bildschirmauflösungen bereitzustellen.
- Durch den Einsatz von `picture`-Elementen können spezifische Bildgrößen für verschiedene Viewport-Größen bereitgestellt werden. Ein Bild, das beispielsweise nur auf mobilen Geräten angezeigt werden soll, muss auf größeren Bildschirmen nicht angezeigt und geladen werden, was Ressourcen spart und die Performance verbessert.

Nächstes Thema: Inklusion & Barrierefreiheit

„Inklusion lässt sich nicht einfach verordnen. Sie hängt wesentlich auch von den Einstellungen, Erfahrungen und Vorurteilen ab. Es muss in den Köpfen noch viel passieren, bis wir die Andersheit von Menschen als Gleichheit erleben.“

Barbara Fornefeld
Professorin für Rehabilitationswissenschaft

Schritt 4: Inhalte für alle

Barrierefreiheit ist ein wesentlicher Bestandteil einer inklusiven Website und sorgt dafür, dass die Inhalte für alle zugänglich sind.

4.1: Semantische HTML-Tags nutzen

- Nutze HTML-Tags wie `<header>`, `<nav>`, `<main>`, `<section>`, `<article>` und `<footer>`, um die logische Struktur der Seite zu kennzeichnen. Dies erleichtert es Screenreadern, die Struktur der Seite zu erkennen und die Navigation für sehbehinderte Nutzer zu verbessern.
- Achte darauf, dass die Überschriften-Hierarchie logisch und nachvollziehbar ist, indem du `<h1>` bis `<h6>` in richtiger Reihenfolge verwendest. Dies hilft Nutzern mit Screenreadern, schnell die wichtigsten Inhalte und die Struktur der Seite zu erfassen.

4.2: Screenreader-Optimierung

- Mit ARIA (Accessible Rich Internet Applications) kannst Du zusätzliche Informationen für Screenreader bereitstellen, die visuell dargestellte Informationen beschreiben.
- Verwende ARIA-Rollen nur dann, wenn semantische HTML-Tags nicht ausreichen oder nicht verfügbar sind. Semantische HTML-Tags haben bereits vordefinierte Rollen und Beziehungen, die für Screenreader gut interpretiert werden können
- Stelle sicher, dass alle Elemente per Tastatur zugänglich sind, sodass Nutzer ohne Maus die Inhalte problemlos navigieren können.

4.3: Farbkontraste und Schriftgrößen

- Achte auf ausreichend hohen Kontrast zwischen Text und Hintergrund.
- Setze Schriftgrößen in `em` oder `rem`, damit Nutzer:innen die Größe an ihre Bedürfnisse anpassen können.

Nächstes Thema: SEO (Search Engine Optimization)

„SEO ist, kurz gesagt, die Kunst und Wissenschaft, Suchmaschinen und Menschen zufriedenzustellen.“

Rebecca Lieb
Marketing Expertin

Schritt 5: Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

Eine gute SEO-Strategie erhöht die Sichtbarkeit Ihrer Website und hilft dabei, relevante Besucher:innen anzuziehen.

5.1: On-Page SEO

- Analysiere relevante Keywords für Deine Inhalte und binde diese in natürlicher Weise in Texte, Titel und Meta-Beschreibungen ein.
- Verwende sprechende URLs, die das Thema der Seite wiedergeben, und vermeide Sonderzeichen oder unnötige Parameter.
- Setze interne Links zwischen relevanten Seiten, um Nutzer:innen und Suchmaschinen die Navigation zu erleichtern.

5.2: Technisches SEO

- Stelle sicher, dass Du eine XML-Sitemap und eine Robots.txt-Datei hast, damit Suchmaschinen die Struktur Deiner Website verstehen und Crawling-Anweisungen erhalten.
- Schnelle Ladezeiten wirken sich positiv auf das Ranking aus. Verwende hierfür Techniken wie Caching, Bildkomprimierung und die Minimierung von Code.

5.3: Off-Page SEO

- Versuche, hochwertige Backlinks von anderen Websites zu erhalten, um die Autorität Deiner Website zu erhöhen.
- Teile Deine Inhalte auf sozialen Medien, um die Reichweite zu erhöhen und das Interesse an Ihren Seiten zu steigern.

Du möchtest Deine Website überprüfen?

Hier sind drei Dienste, die Dir helfen, Deine Website zu verbessern:

- [PageSpeed Insights](#)
- [GTmetrix](#)
- [Pingdom Tools](#)

Fazit

Die Optimierung einer Website ist ein kontinuierlicher Prozess, der eine Vielzahl von Faktoren berücksichtigt – von der technischen Codebasis über den Inhalt und die Barrierefreiheit bis hin zur Suchmaschinenoptimierung.

Mit diesem Leitfaden erhältst Du eine umfassende Schritt-für-Schritt-Anleitung, die Dir hilft, Deine Website nachhaltig zu verbessern.

Achte darauf, die Optimierungen regelmäßig zu überprüfen und anzupassen, um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben und ein optimales Benutzererlebnis zu bieten.

Über SpaceWebOptimize

Bei SpaceWebOptimize (SWO) findest du wertvolle Tipps zur Website-Optimierung – zumindest behauptet das unsere KI.

Aber nachdem Du alles sorgfältig gelesen hast, eine kleine Warnung: Alles, was du hier liest, stammt von einer künstlichen Intelligenz, die zwar schlau, aber nicht unfehlbar ist.

Also, nimm's mit Vorsicht und ein bisschen Skepsis.

Ob es deine Website wirklich auch auf das nächste Level bringt oder du einfach nur eine verbesserte WebPräsenz hast... denk daran: es liegt an Dir!

Denn SWO garantiert vielleicht ein paar gute Tipps, aber nicht unbedingt das perfekte SEO-Ranking.
Gestaltet mit WordPress