



## SEO Audit

[www.ihredomain.at](http://www.ihredomain.at)

### Sichtbarkeitsindex (Sistrix)

Der Sichtbarkeitsindex ist eine Kennzahl für die Sichtbarkeit einer Domain in den Suchergebnissen von Google. Er fasst in einem Wert die Sichtbarkeit einer Seite in den Google-Suchergebnissen zusammen. Mit ihm wird Erfolg (und Misserfolg) bei Google verlässlich und transparent messbar.

Sichtbarkeit der letzten 12 Monate der Mobilen Website-Version:



Sichtbarkeit der letzten 12 Monate der Desktop Website-Version:



Im Verlauf des letzten Jahres ist zu sehen, dass die Sichtbarkeit der Seite [ihredomain.at](http://ihredomain.at) einem positiven Trend folgt und kontinuierlich steigt.

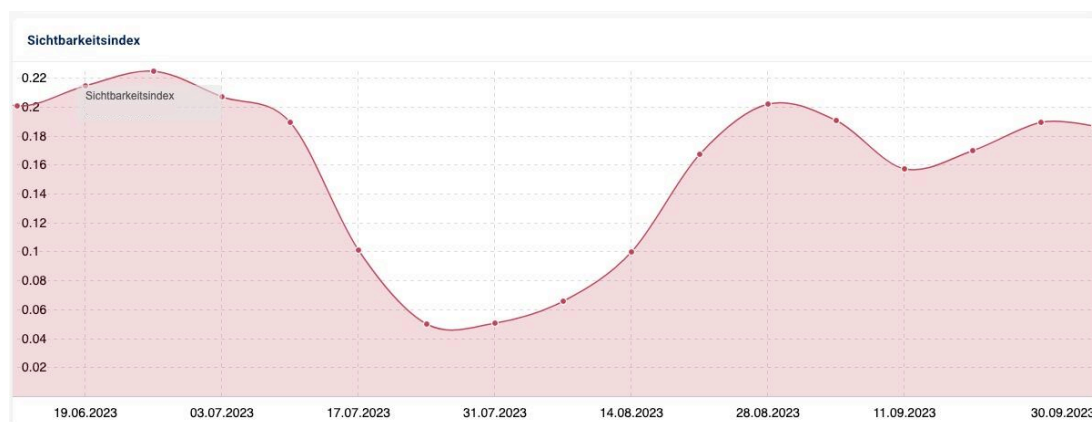


Zwischen Mitte Juli und Anfang August gab es einen extremen Rückgang der Sichtbarkeit. Meine Analysen haben ergeben, dass sich hier die URLs sämtlicher Produkte geändert haben. Es dürfte sich dabei um eine Umstellung des CMS Systems auf der derzeitige Shopify gehandelt haben.

Leider wurden beim Relaunch keine 301-Weiterleitungen für die Produkte erstellt, was zur Folge hatte, dass alle Produkte aus den Google Suchergebnissen verschwunden sind und sämtliche bei Suchmaschinen bekannten URLs zu 404-Fehlermeldungen geführt hat.

Zusätzlich wurde bis heute keine **aktualisierte Sitemap an die Google Search Console** gesendet (Siehe Abschnitt Handlungsempfehlungen).

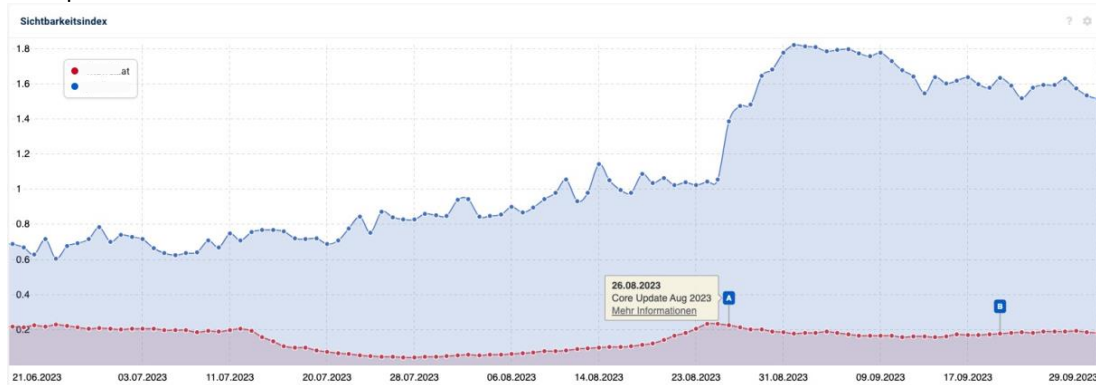
Die Sichtbarkeit ist mittlerweile wieder dabei, das Niveau zu erreichen, das es vor der CMS-Umstellung gab, was diese Vergrößerung zeigt:





## Mitbewerber

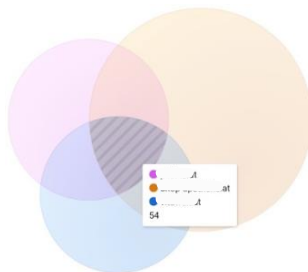
Der Mitbewerbervergleich zeigt, dass mitbewerber1.at vom letzten Google Core Update Ende August stark profitieren konnte.



Dieses Update stand ganz im Zeichen von wertvollen und vertrauenswürdigen Inhalten. Seiten mit Inhalten, die den Besuchern einen eindeutigen Mehrwert bieten, haben nach diesem Update einen starken Sichtbarkeitsboost erhalten.

ihredomain.at war vom Core Update August nicht betroffen. Die Sichtbarkeit blieb stabil.

## Gemeinsame Keywords



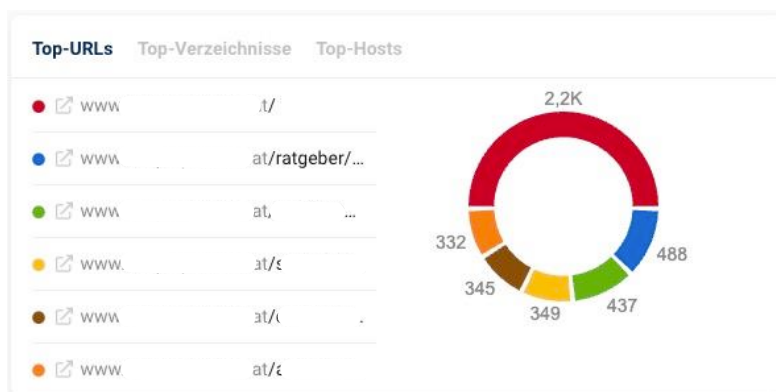
Diese Keywords haben die größten Chancen auf die erste Google-Seite zu rücken. Hier ist der Wettbewerb recht gering und die derzeitige Ausgangssituation optimal:

Keyword	mitbewerber1.at	ihredomain.at	Wettbewerb
<a href="#">Schneeflocken, Schneeflocken, Schneeflocken</a>	7	32	3 17%
<a href="#">Schneeflocken</a>	12	63	4 29%
<a href="#">Schneeflocken</a>	12	24	9 28%
<a href="#">Schneeflocken, Schneeflocken, Schneeflocken</a>	14	64	2 8%
<a href="#">Schneeflocken, Schneeflocken, Schneeflocken</a>	14	25	1 18%



## Mitbewerber: mitbewerber1.at

Den größten Traffic erhält dieser Mitbewerber über den Ratgeber-Content, gefolgt von Themenbereich 1, Themenbereich 2 und Themenbereich 3.



### mitbewerber1.at: Bezahlter Traffic

Ich konnte bei meiner Recherche **239 Keywords** finden, für die Google derzeit für mitbewerber1.at bezahlte Werbung ausliefert.

### mitbewerber1.at: Backlinks

Das Linkprofil von mitbewerber1.at ist sehr umfangreich.

Es wurden fast 10.000 Backlinks ausgewertet, die von knapp 1.700 unterschiedlichen Domains stammen.

98% dieser Links führen direkt auf die Startseite und nur 2% sind Deeplinks.

Das Verhältnis von Nofollow-Links zu Follow-Links beträgt 1% zu 99%.

### mitbewerber1.at: Mitbewerber

Die drei stärksten Mitbewerber von mitbewerber1.at sind:

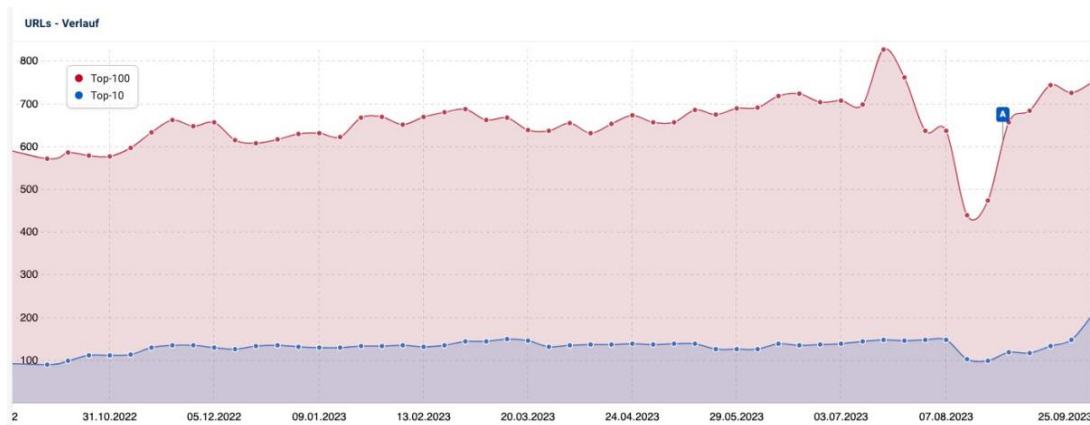
- domain.at
- domain2.com
- domain3.eu



## Keyword Rankings

Aktuell rankt ihredomain.at mit 980 Keywords auf Google.  
248 davon finden sich auf Seite 1.

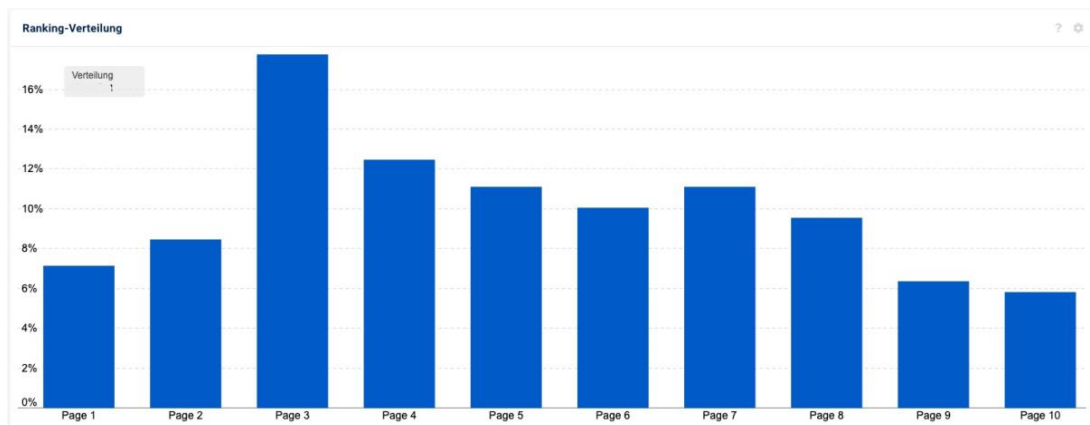
Die URLs die derzeit für die Seite-1-Rankings verantwortlich sind, haben sich seit dem Vergleichszeitraum im Vorjahr mehr als verdoppelt (derzeit 7,2% der URLs auf Seite 1).



## Keyword-Ranking Verteilung

Die Ranking-Verteilung zeigt sehr gutes Potential für Verbesserungen.

Zuerst sollten sich alle Keywords der Seiten 2 (8,5% der KW) und 3 (17,8% der KW) näher angesehen werden. Hier ist eine Ranking-Verbesserung auch mit weniger Aufwand möglich.





## Keyword-Chancen

Eine Liste mit 235 Keywords ([KW11-30.csv](#)), die derzeit auf den Google Positionen 11 bis 30 ranken (also Google Seite 2 und 3) liegt bei.

Inhalte bzw. Produkte mit Keywords mit hohem Suchvolumen und geringen Wettbewerb sollten zuerst optimiert werden.

## Content-Ideen

Keywords aus dieser liefern Ideen für neuen Content.

Achten Sie auf die Spalte „Intent“. Für frischen Content geeignet sind alle Keywords, dessen Intent „Know“ oder „Kn.S.“ sind. Die Liste enthält nur Keywords, mit einem Suchvolumen >3.000

<input type="checkbox"/> Keyword		↓ Traffic	Wettbewerb	Intent	Trend	CPC
<input type="checkbox"/> p...	14	32.809	58%	Know		0,20 €
<input type="checkbox"/> v...	4	18.452	53%	Know		0,30 €
<input type="checkbox"/> v...	6	15.793	55%	Know		0,80 €
<input type="checkbox"/> t...	5	12.246	58%	Do		0,40 €
<input type="checkbox"/> k...	8	8.835	55%	Know		0,50 €
<input type="checkbox"/> ge...	4	8.782	52%	Know		0,60 €
<input type="checkbox"/> w...	5	7.622	43%	Know		0,40 €
<input type="checkbox"/> e...	4	6.682	56%	Kn.S.		0,70 €
<input type="checkbox"/> c...	5	5.694	48%	Know		0,40 €
<input type="checkbox"/> l...	4	5.649	47%	Know		0,50 €
<input type="checkbox"/> e...	5	5.611	52%	Know		1,10 €
<input type="checkbox"/> b...	7	5.475	50%	Know		0,10 €
<input type="checkbox"/> s...	5	5.367	44%	Know		0,40 €
<input type="checkbox"/> fl...	4	5.155	52%	Know		0,50 €
<input type="checkbox"/> th...	9	4.709	46%	Know		-
<input type="checkbox"/> f...	6	4.280	45%	Know		0,80 €
<input type="checkbox"/> k...	5	4.055	59%	Do		0,90 €
<input type="checkbox"/> m...	7	4.030	49%	Know		0,30 €
<input type="checkbox"/> k...	6	3.931	42%	Know		0,60 €
<input type="checkbox"/> s...	5	3.691	45%	Kn.S.		0,80 €
<input type="checkbox"/> r...	3	3.314	55%	Do		0,90 €
<input type="checkbox"/> k...	7	3.278	47%	Know		0,20 €
<input type="checkbox"/> p...	4	3.200	55%	Kn.S.		0,90 €
<input type="checkbox"/> p...	3	3.185	45%	Know		0,20 €
<input type="checkbox"/> v...	7	3.182	45%	Know		0,50 €



## Backlinks

Für [ihredomain.at](http://ihredomain.at) konnte ich 29 Links von 16 verweisenden Domains identifizieren.

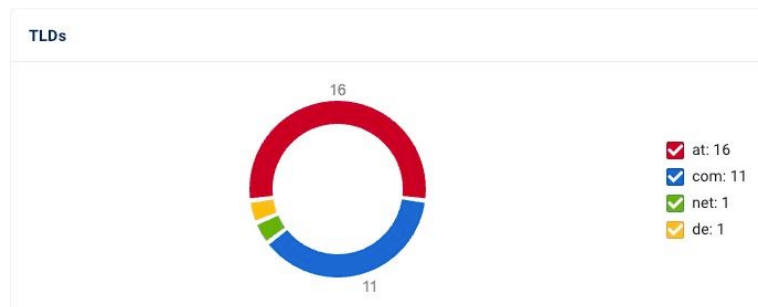
Die stärksten Linksignale stammen von

stadtbranchenbuch.at abclocal.net arztsuche24.at finde-  
offen.at firmania.at diaper-island.com masterlin.com  
anmeldeseiten.de schwingungs.com loveminty.de anmeldenat.com  
einloggenat.com nadeos.com kmrweb.at loginmode.com

Im Gegensatz zu den Mitbewerbern ist sowohl das Deeplink- als auch das Nofollow-Verhältnis bei [ihredomain.at](http://ihredomain.at) sehr ausgewogen:



55% der Backlinks stammen von .at Domains, 38% von .com



## Backlink-Empfehlungen

Ich empfehle das Backlink-Profil weiter auszubauen.

Eine guter Anfang wäre **domain-123.at**, die Mitbewerber erhalten von dieser wertvollen Domain viele gute Links (mitbewerber1.at: 80 Links; mitbewerber2.at: 29 Links).





## Ladegeschwindigkeit – Core Web Vitals Grafiken

Die Grafiken zeigen die historische Entwicklung der Core Web Vitals für die Domain [ihredomain.at](http://ihredomain.at)

Entsprechend ihrer Leistung sind die Werte in drei Farben unterteilt:

### Largest Contentful Paint (LCP)

LCP misst die Zeit, die es dauert, bis der größte sichtbare Inhalt auf einer Webseite geladen ist. Dies gibt einen Einblick, wie schnell Nutzer Inhalte auf einer Seite sehen können. Ein guter LCP-Wert zeigt an, dass die Seite schnell lädt, was für eine gute Nutzererfahrung sorgt.

**ihredomain.at:** Gut (grün) - weniger als 2.500 Millisekunden

Verbesserungswürdig (gelb) - bis zu 4.000 Millisekunden

Schlecht (rot) - mehr als 4.000 Millisekunden

### First Input Delay (FID)

FID misst die Zeit zwischen dem Moment, in dem ein Nutzer auf etwas auf der Webseite klickt, und dem Moment, in dem die Webseite darauf reagiert.

Dies ist wichtig, um zu verstehen, wie interaktiv eine Webseite ist.

Ein niedriger FID-Wert bedeutet, dass die Seite auf Nutzereingaben schnell reagiert, was zu einer besseren Nutzererfahrung führt.

**ihredomain.at:** Gut (grün) - weniger als 100 Millisekunden

Verbesserungswürdig (gelb) - bis zu 300 Millisekunden

Schlecht (rot) - mehr als 300 Millisekunden

### Cumulative Layout Shift (CLS)

CLS misst, wie viel sich Inhalte auf der Seite unerwartet verschieben, während sie geladen wird.

Diese Verschiebungen können störend sein und die Nutzererfahrung negativ beeinflussen.

Ein niedriger CLS-Wert zeigt an, dass die Seite stabil ist und sich die Elemente beim Laden nicht stark verschieben.

**ihredomain.at:** Gut - weniger als 0,1

Verbesserungswürdig - bis zu 2,5

Schlecht - mehr als 0,25

### First Contentful Paint (FCP)

Der First Contentful Paint misst die Zeit vom Laden der Seite bis zur Darstellung des ersten Inhalts, wie Text oder Bilder, auf dem Bildschirm.

Dieser Wert ist ein Indikator dafür, wie schnell die Nutzer mit der Webseite interagieren können. Ein niedriger FCP-Wert ist wünschenswert, da er anzeigt, dass die Webseite rasch nützliche Informationen anzeigt und somit eine bessere Nutzererfahrung bietet.





## Ladezeiten ihredomain.at

Die Ladezeiten für ihredomain.at sind **sehr gut**.



Bei näherer Betrachtung der einzelnen Werte wird deutlich, dass der Umzug auf ein moderners CMS deutlich zu schnelleren Ladezeiten beigetragen hat.

Der Wert für „Largest Contentful Paint“ wurde nach dem Relaunche deutlich verbessert.



Der „First Input Delay“ wurde im Februar 2022 auf 0ms reduziert.



Seit Mitte 2021 gibt's auch keinen „Cumulative Layout Shift“ mehr.





## Handlungsempfehlungen

**Rote** Handlungsempfehlungen (Fehler) sollten so rasch wie möglich behoben.  
Dies sind die wichtigen Elemente, die Google helfen, den Content zu finden und somit der SEO schaden können.

**Orange** Handlungsempfehlungen sind Warnungen. Fehlende oder identische Meta-Daten erschweren es Suchmaschinen, den Inhalt zu verstehen und könnten in den SERP (Suchergebnis-Seiten) für potentielle Websitebesucher für Verwirrung sorgen.  
Wir empfehlen die Behebung dieser Warnungen.

**Blaue** Handlungsempfehlungen sind Hinweise. Sie haben keinen direkten Einfluss auf Ihr Ranking.

## Sitemap

Bitte um Übermittlung einer aktuellen Sitemap an die Google Search Console:

<https://www.ihredomain.at/sitemap.xml>

Die letzte Übermittlung vom Jänner 2023 kann auf Grund eines http-Fehlers nicht gelesen werden:

Sitemap	Typ	Eingereicht ↓	Zuletzt gelesen	Status	Erkannte Seiten	Erkannte Vir
<a href="https://www.ihredomain.at/sitemap_index.xml">https://www.ihredomain.at/sitemap_index.xml</a>	Sitemap-Index	10.01.2023	30.06.2023	Konnte nicht abgerufen werden	0	

## Fehlerhafte Seiten

Die Seite **[ihredomain.at/produkte/produkt123](https://www.ihredomain.at/produkte/produkt123)** war für die Analyse nicht erreichbar und liefert einen „timeout“ Code zurück.

## Fehlende Meta-Description

Der HTML-Tag für die Meta-Descriptions ist nicht vorhanden.

Erstellen Sie eine einzigartige und passende Meta Descriptions für jede Seite und fügen sie in den Quellcode der Seiten ein.

Die Liste aller URLs mit fehlenden Meta-Descriptions liegt als [fehlende-meta-description.csv](#) bei.



## Identische Meta-Description

Wir haben eine Meta-Description auf unterschiedlichen Seiten gefunden. Die Meta-Descriptions sollten einzigartig sein und den Inhalt der Seite bestmöglich beschreiben. Google zeigt die Meta-Description als Vorschau in den SERPs an.

Überarbeiten Sie die Meta-Descriptions der Seite, so dass für jede Seite eine individuelle, einzigartige Beschreibung genutzt wird.

Die Liste aller URLs mit identischen Meta-Descriptions liegt als [identische-meta-description.csv](#) bei.

## Fehlende Meta-Title

Es wurden keine fehlenden Meta-Title gefunden.

## Identische Meta-Title

Wir haben einen identischen Title-Tag auf unterschiedlichen Seiten des Projekts gefunden. Die Inhalte des Title-Tags sollten einzigartig sein und den Inhalt der Seite bestmöglich beschreiben.

Überarbeiten Sie diese Titel der Seiten, so dass für jede Seite ein individueller, einzigartiger Title genutzt wird. Die Optimierung von Title-Tags gilt als wichtige SEO-Grundlage.

Die Liste aller URLs mit identischen Meta-Titles liegt als [identische-meta-title.csv](#) bei.

## Ähnliche Inhalte unter mehr als einer URL erreichbar

Die Inhalte dieser Seiten stimmen zwar nicht exakt überein, sind für Crawler jedoch ziemlich ähnlich. Da Duplicate Content für Google zu einem Problem werden kann, sollten Sie prüfen, ob es bei den Seiten zu inhaltlichen Überschneidungen kommt.

Die Liste aller URLs mit identischen Meta-Titles liegt als [near-duplicates.csv](#) bei.



## Bestandene technische Prüfung

Die folgenden technischen Prüfungen wurden ebenfalls durchgeführt, wobei keine Mängel festgestellt werden konnten:

URL mit Großbuchstaben	0
Fehlende HTTPS-Verschlüsselung	0
Fehlende H1-Überschrift	0
Favicon nicht verlinkt	0
Versteckte Inhalte	0
Favicon nicht gefunden	0
Meta Keywords werden genutzt	0
Mehr als ein Title-Tag	0
Formular auf unverschlüsselter Seite	0
Wenig Inhalt vorhanden	0
Seite nicht gefunden: 404 Not Found	0
Crawling-Probleme: nur wenige, indexierbare Seiten	0
Leere H1-Überschrift	0
Leere Meta Description	0
Sehr dynamische URLs	0
Serverfehler: 5XX Server Error	0
Session-IDs in URLs gefunden	0
Titel zu lang	0
Alt-Attribut eines Bildes fehlt	0
404-Seite fehlerhaft	0
Inhalt unter mehr als einer URL erreichbar (Duplicate Content)	0
Title-Tag fehlt	0
Title-Tag ist leer	0
Seite mit Lorem-Ipsum-Blindtext	0