

DIN SPEC 33461:2025-06 (D)

Methodik für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) von Websites

Inhalt	Seite
Vorwort.....	5
Einleitung.....	7
1 Anwendungsbereich.....	8
2 Normative Verweisungen.....	8
3 Begriffe.....	8
4 Allgemeine Hinweise zur Anwendung.....	12
5 Eruierungsprozess.....	12
5.1 Bestimmung der Ziele.....	12
5.1.1 Allgemeines.....	12
5.1.2 Identifikation passender Ziele.....	12
5.1.3 Festlegung passender Ziele.....	13
5.2 Festlegung passender KPI.....	14
5.3 Messwerte in der Suchmaschinenoptimierung.....	14
5.4 Ermittlung der Ressourcenlage.....	14
5.5 Ermittlung der Wettbewerbssituation.....	15
5.5.1 Allgemeines.....	15
5.5.2 Zulässige Methoden zur Identifizierung von Wettbewerbern.....	15
5.5.3 Zu untersuchende Aspekte bei der Ermittlung der Wettbewerbssituation.....	15
5.6 Aufwandsermittlung.....	16
6 Strategieentwicklungs- & Planungsprozess.....	17
6.1 Allgemeines.....	17
6.2 Analysen & Status-Quo-Ermittlung.....	17
6.2.1 Allgemeines.....	17
6.2.2 Analysen zu Zielgruppen und Mitbewerbern.....	17
6.2.3 Analysen zur Ermittlung von Hürden und Potenzialen.....	17
6.2.4 Inhaltliche Analysen.....	18
6.2.5 Verweis-Audit.....	19
6.3 Vorgehen bei der Darstellung von Optimierungspotenzialen und Fehlern.....	19
6.4 Maßnahmen-Definition, -Priorisierung und -Zuweisung.....	20
6.4.1 Allgemeines.....	20
6.4.2 Definition von Maßnahmen.....	20
6.4.3 Priorisierung von Maßnahmen.....	20
6.4.4 Prioritätsklassen.....	20
6.5 Zeitliche Taktung & Zielsetzung.....	21
6.6 Kommunikationsmittel & Intervalle.....	21
6.6.1 Wahl der Kommunikationsmittel.....	21
6.6.2 Kommunikationsintervalle.....	21
7 Operative Umsetzung.....	22
7.1 Allgemeines.....	22
7.2 SEO-Analysen.....	22
7.3 Onpage-Optimierung.....	23
7.3.1 Allgemeines.....	23
7.3.2 Crawl- und Indexierbarkeit.....	23
7.3.3 Inhaltserstellung und -Optimierung.....	23
7.4 Off-Page-Optimierung.....	24

7.4.1	Allgemeines.....	24
7.4.2	Maßnahmen.....	24
7.5	Priorisierung von Aufgaben.....	25
7.6	Tools.....	25
8	Berichte, Erfolgsprüfung & Arbeitsnachweise.....	25
8.1	Allgemeines.....	25
8.2	Erfolgsmessung.....	25
8.2.1	Allgemeines.....	25
8.2.2	Darstellung.....	25
8.2.3	Umsatzsteigerung.....	26
8.2.4	Relevante Seitenaufrufe (Klicks).....	26
8.2.5	Zielvorhaben (Conversions).....	26
8.2.6	Sichtbarkeit für relevante Keywords.....	27
8.3	Monitoring.....	27
8.4	Berichterstattung.....	27
Anhang A (informativ) Beispiele für KPI-Definitionen.....		28
A.1	Allgemeines.....	28
A.2	Beispiel für eine gültige KPI-Definition.....	28
A.3	Beispiele für gültige/ungültige KPI-Definitionen:.....	28
A.4	Beispiel für eine geeignete KPI.....	29
Anhang B (informativ) Messwerte in der Suchmaschinenoptimierung.....		30
B.1	Messwerte in der Suchmaschinenoptimierung.....	30
B.2	Beispiel für einen unzulässigen Messwert.....	30
B.3	Beispiel für einen zulässigen Messwert.....	31
B.4	Messmittel.....	31
Anhang C (informativ) Definition von Maßnahmen.....		32
C.1	Beispiele für zulässige Maßnahmendefinitionen.....	32
C.2	Beispiele für unzulässige Maßnahmendefinition.....	32
Anhang D (informativ) Indexierung — Priorisierung von Maßnahmen.....		33
Anhang E (informativ) Eruierungsprozess.....		34
E.1	Allgemeines.....	34
E.2	Ermittlung der Wettbewerbssituation.....	34
E.3	Aufwandsermittlung.....	34
Anhang F (informativ) Erfolgsmessung.....		36
F.1	Berichte, Erfolgsprüfung & Arbeitsnachweise (Anhand der zuvor festgelegten KPI).....	36
F.2	Erfolgsindikatoren.....	36
F.3	Umgesetzte Arbeiten.....	36
F.4	Kommende Arbeiten.....	36
F.5	Gemeinsames Besprechen des Reports.....	36
F.5.1	Allgemeines.....	36
F.5.2	Transparenz (Zahlen, die der Entscheider/Vorgesetzte/Arbeitgeber versteht).....	37
F.5.3	Format: Grundkonstrukt.....	37
F.5.4	Änderungen.....	37
Literaturhinweise.....		38
Bilder		
Bild 1 — Kundenreise (customer journey).....		21
Bild A.1 — Vorstufenindikatoren.....		28