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