

---

## Inhaltsverzeichnis

Überblick .....	3
Server .....	5
Meta .....	7
Inhalte .....	8
Bilder .....	9
Architektur .....	10
Externe Verlinkungen .....	11

---

**Report: <https://www.vancamper.de> vom 06.07.2017**

Guten Tag Herr Gerrit Herrmann,

anbei erhalten Sie den Online-Marketing-Bericht zu Ihrem Web-Projekt <https://www.vancamper.de>. Auf den angeigten Tabellen können Sie die Veränderungen der Sichtbarkeit Ihrer Website, deren Rankings sowie weitere wichtige Daten einsehen. Die dabei verwendete Keyword-Datenbasis ist vom 02.07.2017 und der Suchmaschine google.de.

Je nach Wunsch können wir die Schwerpunkte für das nächste Reporting auch anderweitig setzen.

Für Fragen und Anregungen stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,  
Gerrit Herrmann  
[yeahconcept.de](http://yeahconcept.de)

Email: [info@yeahconcept.de](mailto:info@yeahconcept.de)  
Web: [www.yeahconcept.de](http://www.yeahconcept.de)

## Überblick

Einstellungen
Beendet: 20.06.2017 11:52
Startzeit: 20.06.2017 11:48
Crawl-Umfang: nur diese Subdomain
Robot Einstellungen: *
Cookies akzeptieren: Nein
Ausgeschlossene URL Parameter: PHPSESSID,sid,jsessionid,sessionid,sort,replytocom
Max. Tiefe: 20
Max. gecrawlte URLs: 25000

Gefunden		
205	20	4
gefundene URLs	Analysierte HTML Seiten	erreichte Tiefe

Ergebnis der Prüfung		
65	 249	 152
Fehler	Hinweise	Tipps

Fehler	
Fehler	Betroffene URLs
URLs, die nicht gefunden wurden (HTTP 404)	4
HTML-Seiten ohne H1	1
HTML-Seiten mit mehreren H1	8
HTML-Seiten ohne Meta Description	6
URLs, die sowohl mit als auch ohne www. erreichbar sind	44
Bilddateien, die unter verschiedenen URLs erreichbar sind	2

Hinweise		
	Hinweis	Betroffene URLs
	URLs werden permanent weitergeleitet (HTTP 301/308)	11
	URLs mit kurzem Title (<30 Zeichen)	4
	URLs mit Links ohne href-Attribut	19
	URLs mit Links ohne title-Attribut	19
	URLs, die relative Links enthalten	19
	URLs mit langer Ladezeit (>3s)	2
	URLs mit hoher Dateigröße (>100KB)	33
	Sehr lange URLs (>80 Zeichen)	1
	HTML-Seiten ohne H2	5
	HTML-Seiten ohne H3	11
	HTML-Seiten, die Iframes verwenden	2
	HTML-Seiten, die Inline-Styles verwenden	20
	HTML-Seiten ohne Meta Robots Tag	6
	HTML-Seiten ohne Canonical Link	4
	HTML-Seiten mit Meta Robots noindex	60
	HTML-Seiten mit wenig Textinhalt (<200 Wörter)	3
	HTML-Seiten mit vielen eingebundenen Javascript Dateien (>3)	20
	Sitemaps mit URLs, die nicht gefunden wurden	8
	Externe URLs, die permanent weitergeleitet werden	1
	URLs nicht zugänglich (HTTP 403)	1
Tipps		
	Tipp	Betroffene URLs
	URLs mit Links, deren Ziele mit einer Raute (#) beginnen	19
	Lange URLs (>50 Zeichen)	7
	HTML-Seiten mit kurzen H1 (<10 Zeichen)	3
	HTML-Seiten mit kurzen H2 (<10 Zeichen)	1
	HTML-Seiten mit kurzen H3 (<10 Zeichen)	2
	HTML-Seiten mit langen H3 (>100 Zeichen)	2
	HTML-Seiten, die mindestens 1 Bild ohne Breiten- oder Höhenangabe enthalten	19
	HTML-Seiten, die mindestens 1 Bild ohne Title-Attribut enthalten	19
	URLs, die einen Canonical Link verwenden	20
	HTML-Seiten mit Canonical Link, der auf die gleiche Seite verweist	20
	HTML-Seiten, die jeweils mehr als 1 lokale JavaScript-Datei einbinden	20
	HTML-Seiten, die jeweils mehr als 1 lokale Style-Datei (CSS) einbinden	20

## Server

### Reaktionszeit

Die Reaktionszeit des Servers Ihrer Website ist mitentscheidend, ob ein Besucher die Website tatsächlich anschaut oder ob er wegen zu langer Wartezeit das Fenster wieder schließt und z. B. zur Google-Suche zurückkehrt. Die Absprungrate und die Reaktionszeit sind auch für den Googlebot wichtige Signale, die das Ranking der Seite erheblich beeinflussen können.

Konkret finden Sie in der Tabelle folgende Datensätze:

**gefundene URLs:** Anzahl der beim Crawl gefundenen URLs

**Weniger als 1 Sekunde / OK:** Anzahl der URLs, deren Aufruf unter 1 Sekunde dauerte. Hier ist keine Optimierung nötig

**Handlungsbedarf:** Anzahl der URLs, bei denen eine Optimierung empfohlen wird

**Optimierungsgrad:** Anteil der bereits optimierten URLs an allen URLs im Hinblick auf die Reaktionszeit in Prozent

 <b>160</b>	 <b>70</b>	 <b>90</b>	 <b>43,75%</b>
Gefundene URLs	<1 Sekunde / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

### HTTP-Codes HTML

Der HTTP-Code ist Bestandteil der Antwort, die Ihr Server auf die Anfrage nach einem Dokument sendet, und gibt z.B. an, dass die URL weitergeleitet wird, nicht gefunden wurde, oder nur mit Authentifizierung erreichbar ist. Idealerweise sollten alle URLs Ihres Projektes '200 - Gefunden' zurückliefern.


 <b>20</b>	 <b>11</b>	 <b>64,52%</b>
Gefunden / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

### Handlungsbedarf im Detail

Typ	URLs
HTTP 301/308	11

### HTTP-Codes Bilder




Sorgen Sie dafür, dass alle auf Ihrer Webseite eingebundenen Bilder auch erreichbar sind.

 <b>43</b>	 <b>0</b>	 <b>100,00%</b>
Gefunden / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

### HTTP-Codes Andere Dateien (CSS, JS, FLASH, PDF, XML/RSS-Feeds...)

Tote Download Links frustrieren Besucher, und fehlende CSS oder JavaScript-Dateien können im schlimmsten Fall Ihre Seite unbenutzbar machen - aber auch wenn es sonst keine Probleme gibt, verlangsamen die Versuche, nicht vorhandene Dateien zu laden, Ihre Webseite.






---

 <b>64</b>	 <b>0</b>	 <b>100,00%</b>
Gefunden / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

## Meta






### Titel

Wenn Ihr Dokument in den Suchergebnissen auftaucht, erscheint der Inhalt des Title-Tags normalerweise als erste Zeile des Ergebnisses. Worte im Titel sind fett gedruckt, falls sie in der Suchanfrage des Nutzers vorgekommen sind. Das kann Nutzern dabei helfen, festzustellen, wie relevant eine bestimmte Webseite für ihre Suche ist.

 0	 0	 4	 0	 0
Mit fehlendem Title	Mit mehreren Title-Tags	Mit kurzem Title	Mit langem Title	Duplicate Title

### Meta Descriptions






Die Meta-Tag Description einer Seite gibt Google und anderen Suchmaschinen eine Zusammenfassung darüber, worüber eine Seite handelt. Meta-Tags des Typs "description" sind wichtig, weil Google sie als Snippets für Ihre Seite benutzen könnte. Wir sagen deshalb "könnte", weil Google sich auch dafür entscheiden kann, einen relevanten Abschnitt des sichtbaren Textes Ihrer Seite zu verwenden, falls dieser gut mit der Suche des Nutzers übereinstimmen sollte.

 6	 0	 0	 0	 0
Ohne Meta Description	Mehrere Meta Description	Kurze Meta Description (<50 Zeichen)	Lange Meta Description (>160 Zeichen)	Duplicate Description

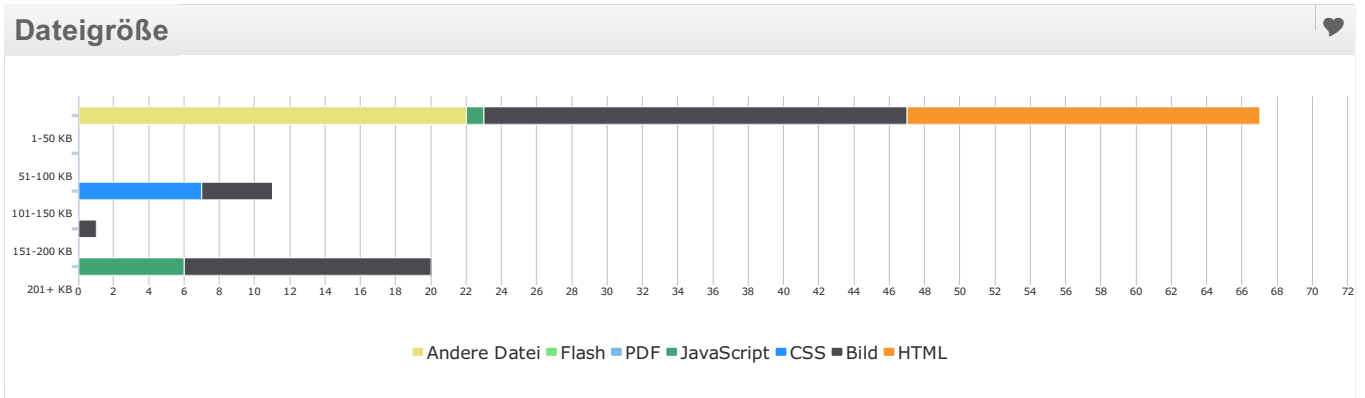
### Canonical Links

Der Canonical Link ist eine 2009 von Yahoo, Microsoft und Google eingeführter Tag zur Linderung des Problems doppelter Inhalte (duplicate Content). Es soll mit dieser Methode ein Vorschlag an die Suchmaschine unterbreitet werden, welche Seite aus einer Menge doppelter Seiten als Original, bzw. als zu indexierende Seite gewertet werden soll.

Die Übersicht zeigt wie viele URLs den entsprechenden Status haben. Bei wie vielen URLs also beispielsweise kein Canonical-Tag gesetzt ist oder bei wie vielen ein Canonical-Tag auf eine andere URL verweist.

 0	 0	 0	 20	 4
Mehrere	Auf andere Domain	Auf andere URL	Canonical Link auf sich selbst	Nicht gesetzt

## Inhalte



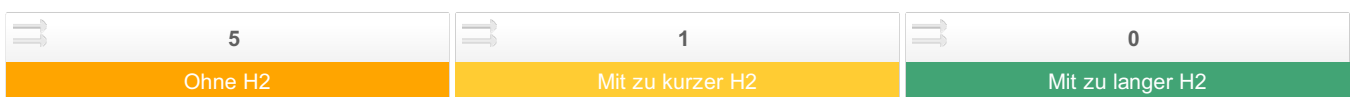
## H1

Ein Tag (dt. u.a. Abgrenzer, Aufkleber, Etikett) ist eine Auszeichnung eines Datenbestandes. Je nach Verwendungszusammenhang, der jeweils genutzten Auszeichnungssprache, dient ein Tag dazu, Textelemente auszuzeichnen, zu klassifizieren oder zu strukturieren. Auch HTML-Tag genannt, kennzeichnet er innerhalb eines HTML-Dokumentes einen gewissen Bereich, um diesen auf bestimmte Art und Weise anzeigen zu lassen. Die H1, H2, H3-Tags sollen den Leser durch die Seite führen und durch einen prägnanten Text schnell über den Inhalt informieren.

Der **H1-Tag** ist die wichtigste Überschrift bzw. die Überschrift der ersten Ebene, wofür auch die Zahl nach dem H steht. H1 sollte nur 1 Mal vorkommen.



## H2







## Bilder

### HTTP-Codes Bilder

Wenn Webseiten laden, geschieht dies unter Nutzung des Hypertext Transfer Protocols (HTTP). Dabei kommunizieren Client und Server über Nachrichten miteinander: Requests (Anfragen) und Responses (Antworten). Eine IP-Adresse ermöglicht den Versand und die Zustellung von Daten. Sie enthält Informationen über das Netz und das Gerät selbst.

In der Tabelle sehen Sie, wo es in der Server-Client-Kommunikation bei Bild-Dateien zu Problemen gekommen ist.

 <b>43</b>	 <b>0</b>	 <b>100,00%</b>
Gefunden / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

### Bilddateien nach Dateigröße

Die Dateigröße ist ein wichtiger Faktor für die Ladezeiten einer Seite und muss daher gering gehalten werden, um ein schnelles Laden der Seite zu garantieren, da bei zu langen Ladezeiten Besucher Ihrer Seite abspringen und Sie wertvollen Traffic verlieren.

In dieser Übersicht sehen Sie, wie viele Bild-Dateien der Größe nach problematisch sind. Finden Sie besonders große Dateien und versuchen Sie diese zu verkleinern.

Konkret finden sich in der Tabelle folgende Datensätze:

**Bis 150 kb/OK:** Anzahl gefundener Bilddateien mit einer Größe bis 150 Kilobyte. Kein Handlungsbedarf

**Handlungsbedarf:** Anzahl gefundener Bilddatei mit einer Größe über 150 Kilobyte. Hier sollten Bilder zur Optimierung der Ladezeit der Seite verkleinert werden

 <b>28</b>	 <b>15</b>	 <b>65,12%</b>
bis 150 KB / OK	Handlungsbedarf	Optimierungsgrad

## Architektur

HTML-Seiten nach Klick-Tiefe








### KlicktiefeAnzahl

0 Klicks 1  
 1 Klick 18  
 2 Klicks 1  
 3 Klicks 0  
 4 Klicks 0  
 5 Klicks 0  
 6 Klicks 0  
 7 Klicks 0  
 8 Klicks 0  
 9 Klicks 0  
 10 Klicks 0  
 > 10Klicks0

### HTML-Seiten nach Anzahl der Verzeichnisse in der URL

Die Architektur einer Internetpräsenz ist wichtig. Dies gilt für die Suchmaschinen ebenso wie Besucher. So teilen Besucher und die Crawler einer Suchmaschine sich beispielsweise das Problem, dass Seiten, welche zu tief innerhalb der Internetpräsenz zu finden sind, nur selten oder überhaupt gar nicht besucht werden, da der Weg zu lang und demnach zu aufwendig ist.








Eben daher setzt die hier gezeigte Übersicht genau hier an und verrät Ihnen, wie viele URLs im jeweiligen Verzeichnis zu finden sind. Bekommen Sie ein Gefühl dafür, wie verschachtelt Ihr Webprojekt ist und steuern Sie im Fall der Fälle gegen.

 1	 11	 8	 0	 0	 0	 0
Kein Verzeichnis	1 Verzeichnis	2 Verzeichnisse	3 Verzeichnisse	4 Verzeichnisse	5 Verzeichnisse	Mehr als 5 Verzeichnisse

### HTML-Seiten nach Anzahl der GET-Parameter in der URL

Die Architektur einer Internetpräsenz ist wichtig. Dies gilt für die Suchmaschinen ebenso wie Besucher. So teilen Besucher und die Crawler einer Suchmaschine sich beispielsweise das Problem, dass Seiten, welche zu tief innerhalb der Internetpräsenz zu finden sind, nur selten oder überhaupt gar nicht besucht werden, da der Weg zu lang und demnach zu aufwendig ist.

In der hier gezeigten Übersicht sehen Sie, wie viele URLs wie viele GET-Parameter enthalten. Interessant wird dies, da GET-Parameter zu Duplicate Content führen können, da Inhalte durch dynamische URLs mehrfach gelistet werden und auch in Hinblick auf eine Unlesbarkeit der URLs, die zumindest der Weitergabe selbiger durch Kunden im Wege steht und eben daher von Google mit als Rankingfaktor bewertet wird.

 20	 0	 0	 0	 0	 0	 0
kein GET-Parameter	1 GET-Parameter	2 GET-Parameter	3 GET-Parameter	4 GET-Parameter	5 GET-Parameter	Mehr als 5 GET-Parameter

## Externe Verlinkungen

### Externe Verlinkungen

Externe Links sind hier als Verlinkungen nach außen verstanden, also Links, die von der analysierten Seite zu einer anderen Domain führen.

Interessant wird eine solche Übersicht nicht nur in Hinblick auf die Relevanz von verlinkten Inhalten, sondern ebenso auch in Hinblick auf den Linkjuice. Linkjuice ist die Verlinkungs-Stärke einer Seite. Sie erhält umso mehr Linkjuice, je mehr und stärkere Seiten auf sie linken. Konkret finden sich in der Tabelle folgende Datensätze:

**Verschiedene Domains:** Anzahl verschiedener Linkziele auf Domain-Ebene. Umgangssprachlich besser bekannt als Internetseite versteht man dabei unter Domain einen zusammenhängenden Teilbereich des Domain Name Systems (DNS)






**Externe URLs:** Anzahl aller URLs auf Ihrer Seite, die zu externen Zielen führen

**Links gesamt:** von Ihrer Seite ausgehenden Links

**Total:** Gesamtzahl der gefundenen externen Links







**Nofollow:** nofollow ist eine Anweisung innerhalb des HTML-Codes, welches Suchmaschinen anweist, Rückverweise nicht zur Berechnung der Linkpopularität heranzuziehen

**Follow:** externer Link, bei dem das Nofollow-Attribut nicht gesetzt wurde

 14	 20	 129	 8	 129
Verschiedene Domains	Externe URLs	Links Gesamt	NO FOLLOW	Follow

### Externe Links nach HTTP Reply

Vermeiden Sie Links zu nicht erreichbaren Seiten.

 110	 8	 2	 0	 2	 0	 0	 0
Gefunden / OK	Vorläufige Weiterleitung	Permanente Weiterleitung	HTTP 401	HTTP 403	HTTP 404	HTTP 5xx	Anderer HTTP-Code