

Content Audit Checkliste

Spätestens bei einem Relaunch deiner Webseiten ist ein Content Audit (Bestandsaufnahme der Webinhalte) notwendig. Veraltete Inhalte können gelöscht oder aktualisiert werden, Formate von existierendem Content können erweitert oder dif-

ferenziert werden, doppelte Inhalte vermieden ...

Ein Content Audit sollte gut vorbereitet werden, denn es geht darum den Inhalt quantitativ und qualitativ zu analysieren.

Diese Checkliste soll dir dabei helfen!

I. Quantitative Bewertung:

- ✓ Was ist genauer Bestandteil des Audits?
- ✓ Was hat Priorität? (1: hoch, 2: mittel, 3: niedrig)
- ✓ Was ist die Menge an Inhalten (wieviele HTML-Seiten, Bilder etc.)?
- ✓ Wie tief soll der Audit gehen? (Unterseiten, Kategorien etc.)
- ✓ Wird auch die Qualität der Inhalte bewertet? (Stil, Lesbarkeit, Umfang)
- ✓ Muss der Inhalt nach SEO-Kriterien bewertet werden? (Suchmaschinenoptimierung)
- ✓ Müssen bzw. können archivierte Inhalte neu aufbereitet werden?
- ✓ Gibt es weitere gedruckte bzw. Offline-Inhalte?
- ✓ Wer führt den Audit durch? (Zuständigkeiten klären)
- ✓ Sind Rechtsfragen zu klären?
- ✓ Welches Redaktionssystem (CMS) wird verwendet? Wie können Daten importiert werden?
- ✓ Todo Liste erstellen mit Zuständigkeiten und Zeitvorgaben für Mitarbeiter.
- ✓ Präsentation und EXEL-Sheet für Vorgesetzte erstellen.
- ✓ Content-Workshop oder Audit-Briefing planen.

II. Qualitative Bewertung:

Sind die Inhalte lesbar, verständlich, aktivierend, teilenswert und auffindbar?

- ✓ Sind Inhalte aktuell und brauchbar? (Note 1-6)
- ✓ Werden Inhalte von Besuchern genutzt und wie? (Analytics)
- ✓ Müssen zusätzlich bessere Inhalte erstellt werden?
- ✓ Gibt es doppelte Inhalte die zb. Zusammengefasst werden können?
- ✓ Sind die Content-Formate passend?
- ✓ Ist die Menüstruktur und die Kategorien tauglich?
- ✓ Erfüllen die Webtexte den Qualitätsansprüchen? (Note 1-6)
- ✓ korrekte Rechtschreibung, Zeichensetzung, Grammatik?
- ✓ Gliederung der Absätze und übersichtliche Aufzählungen?
- ✓ einen Call-to-Action (Anregung, Aufforderung etwas zu tun)
- ✓ sinnvolle Verlinkungen zu thematische ähnlichem Content
- ✓ Passt die Aufbereitung zum Markenimage und zur Kommunikationsstrategie?

SEO-Fragen:

- ✓ Wird mit relevanten Keywords gearbeitet?
- ✓ Sind zb. Title, Description, H-Tags, Link-Title und ALT-Tags vorhanden?
- ✓ Gibt es doppelte Inhalte?
- ✓ Hat Google die Seiten richtig indexiert? (Google Console)
- ✓ Müssen Seiten aus dem Index genommen werden?
- ✓ Sind Seiten richtig weitergeleitet (www. / ohne www.)
- ✓ Wie gut ist die Qualität der Anchor-Texte?
- ✓ Weiterführende Interne Links?
- ✓ richtige Einbindung in den Kontext