



Ihre Website-Punktzahl

Überprüfung von Risi-ag.ch

Erstellt am 2024-03-20

Einführung

Dieser Bericht bietet eine Überprüfung der Schlüsselfaktoren, die die SEO und Benutzerfreundlichkeit Ihrer Website beeinflussen.

Der Homepage-Rang ist eine Note auf einer 100-Punkte-Skala, die Ihre Internet Marketing Effectiveness repräsentiert. Der Algorithmus basiert auf 70 Kriterien, including Suchmaschinendaten, Website-Struktur, Site-Performance und andere. Ein Rang unter 40 bedeutet, dass es viele Bereiche zu verbessern gibt. Ein Rang über 70 ist eine gute Note und bedeutet, dass Ihre Website wahrscheinlich gut optimiert ist.

Interne Seiten werden auf einer Skala von A+ bis E bewertet und basieren auf einer Analyse von nearly 30 Kriterien.

Unsere Berichte bieten umsetzbare Ratschläge, um die Geschäftsziele einer Website zu verbessern.

Bitte kontaktieren Sie uns für weitere Informationen.

Inhaltsverzeichnis

Suchmaschinenoptimierung	Benutzerfreundlichkeit
Mobil	Technologien
Besucher	Social
Linkanalyse	

Ikonografie

Gut	Schwierig zu lösen
Zu verbessern	Etwas schwieriger zu lösen
Fehler	Einfach zu lösen
Nicht wichtig	Keine Massnahme erforderlich



Title-Tag



Risi AG - JURA Management AG

Länge: 28 Charakter(e)

Idealerweise sollte Ihr Title-Tag zwischen 10 und 70 Zeichen (Leerzeichen inklusive) enthalten.

Stellen Sie sicher, dass Ihr Titel aussagekräftig ist und Ihre wichtigsten Keywords enthält.

Stellen Sie sicher, dass jede Seite einen eindeutigen Titel hat.



Meta-Beschreibung



Die Risi AG gehört zu den führenden Baustoffunternehmen der Zentralschweiz. Wir gewinnen Sand & Kies, produzieren Beton und verwerten & entsorgen Materialien.

Länge: 158 Charakter(e)

Meta-Beschreibungen enthalten zwischen 100 und 300 Zeichen (Leerzeichen inklusive).

Sie ermöglichen es Ihnen, zu beeinflussen, wie Ihre Webseiten in Suchergebnissen beschrieben und angezeigt werden.

Stellen Sie sicher, dass alle Ihre Webseiten eine eindeutige Meta-Beschreibung haben, die explizit ist und Ihre wichtigsten Keywords enthält (diese erscheinen fett, wenn sie ganz oder teilweise mit der Suchanfrage des Nutzers übereinstimmen).

Eine gute Meta-Beschreibung wirkt wie eine organische Werbung, verwenden Sie therefore ansprechende Botschaften mit einem klaren Call-to-Action, um die Klickrate zu maximieren.



Meta-Keywords



Gesamtlösungsanbieterin, für, Baustoffe

Meta-Keywords sind eine spezielle Art von Meta-Tags, die im HTML-Code einer Webseite erscheinen und Suchmaschinen helfen, das Thema der Seite zu verstehen.

Allerdings kann Google Meta-Keywords nicht verwenden.

[Risi AG - JURA Management AG](#)

[risi-ag.ch/](#)

Die Risi AG gehört zu den führenden Baustoffunternehmen der Zentralschweiz. Wir gewinnen Sand & Kies, produzieren Beton und verwerten & entsorgen Materialien.

Dies ist ein Beispiel dafür, wie Ihr Title-Tag und Ihre Meta-Beschreibung in den Google-Suchergebnissen aussehen werden.

Während Title-Tags & Meta-Beschreibungen verwendet werden, um die Suchergebnislisten zu erstellen, können Suchmaschinen ihre eigenen erstellen, wenn diese fehlen, nicht gut geschrieben oder nicht relevant für den Inhalt der Seite sind.

Title-Tags und Meta-Beschreibungen werden abgeschnitten, wenn sie zu lang sind, daher ist es wichtig, innerhalb der empfohlenen Zeichenlimits zu bleiben.

<H1>

1

<H2>

0

<H3>

1

<H4>

0

<H5>

0

<H6>

0

<H1> Gesamtlösungsanbieterin für Baustoffe </H1>

<H3> IHRE ANSPRECHPARTNER </H3>

Verwenden Sie Ihre Keywords in den Überschriften und stellen Sie sicher, dass die erste Ebene (H1) Ihre wichtigsten Keywords enthält. Duplizieren Sie niemals den Inhalt Ihres Title-Tags in Ihrem Header-Tag.

Während es wichtig ist, dass jede Seite einen H1-Tag hat, verwenden Sie niemals mehr als einen pro Seite. Verwenden Sie stattdessen mehrere H2 - H6-Tags.

Keywords Wolke

jura 26 übersicht 18 risi 10 für 8 verwertung 8
management 5 jobs 5 sand 5 über 4 beton 4
kies 4 informationen 3 menschen 3 baustoffprüfungen 3 dokumente 3

Diese Keyword-Wolke gibt einen Einblick in die Häufigkeit der Keyword-Verwendung auf der Seite.

Es ist wichtig, Keyword-Recherchen durchzuführen, um ein Verständnis für die Keywords zu bekommen, die Ihr Publikum verwendet. Es gibt eine Reihe von Keyword-Recherchertools online, die Ihnen bei der Auswahl der zu targetenden Keywords helfen.

Keyword-Konsistenz

Keywörter	Freq	Titel	Beschreibung	<H>
jura	26	✓	✗	✗
übersicht	18	✗	✗	✗
risi	10	✓	✓	✗
für	8	✗	✗	✓
verwertung	8	✗	✗	✗
management	5	✓	✗	✗
jobs	5	✗	✗	✗
sand	5	✗	✓	✗
über	4	✗	✗	✗
beton	4	✗	✓	✗
kies	4	✗	✓	✗
informationen	3	✗	✗	✗
menschen	3	✗	✗	✗
baustoffprüfungen	3	✗	✗	✗
dokumente	3	✗	✗	✗

Diese Tabelle unterstreicht die Bedeutung der konsequenten Verwendung Ihrer Keywords.

Um die Chance zu erhöhen, in den Suchergebnissen für ein bestimmtes Keyword gut zu ranken, stellen Sie sicher, dass Sie es in einige oder alle der folgenden Elemente aufnehmen: Seiten-URL, Seiteninhalt, Title-Tag, Meta-Beschreibung, Header-Tags, Bild-Alt-Attribute, Anchor-Text interner Links und Anchor-Text von Backlinks.



Alt-Attribut



Wir haben 11 Bilder auf dieser Webseite gefunden

✓ Keine ALT-Attribute sind leer oder fehlen.

Alt-Text wird verwendet, um Bilder zu beschreiben, um Suchmaschinen-Crawlern (und Sehbehinderten) mehr Informationen zu geben.

Außerdem helfen sie Suchmaschinen, Bilder zu verstehen, was dazu beitragen kann, dass sie in den Google-Bildersuchergebnissen erscheinen.



Text/HTML-Verhältnis HTML-zu-Text-Verhältnis ist: 4.17%



Textinhaltgrösse 4465 Bytes

Gesamt-HTML-Grösse 107099 Bytes

Das Code-zu-Text-Verhältnis repräsentiert den Prozentsatz des tatsächlichen Textes auf einer Webseite im Vergleich zum Prozentsatz des HTML-Codes und wird von Suchmaschinen verwendet, um die Relevanz einer Webseite zu berechnen.

Ein höheres Code-zu-Text-Verhältnis erhöht Ihre Chancen auf ein besseres Ranking in den Suchergebnisseiten.



GZIP-Komprimierung



Wow! GZIP ist aktiviert.

✓ Ihre Webseite wurde von 105 KB auf 19 KB komprimiert (82.1 % Größensparnis)

Gzip ist eine Methode zum Komprimieren von Dateien (um sie kleiner zu machen) für schnellere Netzwerkübertragungen.

Es ermöglicht, die Größe von Webseiten und anderen typischen Webdateien auf etwa 30 % oder weniger ihrer Originalgröße zu reduzieren, bevor sie übertragen werden.



IP-Kanonisierung



Nein, Ihre Domain-IP 212.243.6.200 leitet nicht weiter zu risi-ag.ch

Um dies für Ihre Website zu überprüfen, geben Sie Ihre IP-Adresse in den Browser ein und sehen Sie, ob Ihre Seite mit der IP-Adresse lädt.

Im Idealfall sollte die IP auf Ihre Website-URL oder eine Seite Ihres Website-Hosting-Anbieters weiterleiten.

Wenn sie nicht weiterleitet, sollten Sie eine htaccess 301-Weiterleitung einrichten, um sicherzustellen, dass die IP nicht indiziert wird.



URL-Rewrite



Warnung! Wir haben Parameter in einer großen Anzahl von URLs erkannt.

Die URLs Ihrer Site enthalten unnötige Elemente, die sie kompliziert aussehen lassen.

Eine URL muss für Benutzer leicht zu lesen und zu merken sein. Suchmaschinen benötigen URLs, die sauber sind und die wichtigsten Keywords Ihrer Seite enthalten.

Saubere URLs sind auch nützlich, wenn sie in sozialen Medien geteilt werden, da sie den Seiteninhalt erklären.



Unterstriche in URLs



Grossartig, Sie verwenden keine Unterstriche (diese_sind_unterstriche) in Ihren URLs

Großartig, Sie verwenden keine ?Unterstriche (diese_sind_unterstriche) in Ihren URLs.

Während Google Bindestriche als Worttrenner behandelt, tut es das für Unterstriche nicht.



WWW-Auflösung



Grossartig, eine Weiterleitung ist eingerichtet, um Traffic von Ihrer nicht bevorzugten Domain umzuleiten.

Das Umleiten von Anfragen von einer nicht bevorzugten Domain ist wichtig, weil Suchmaschinen URLs mit und ohne "www" als zwei verschiedene Websites betrachten.



XML-Sitemap



Gut, Sie haben eine XML-Sitemap-Datei!
<http://risi-ag.ch/sitemap.xml>

Eine robots.txt-Datei erlaubt es Ihnen, den Zugriff von Suchmaschinen-Robots, die das Web durchsuchen, einzuschränken, und sie kann verhindern, dass diese Robots auf bestimmte Verzeichnisse und Seiten zugreifen. Sie gibt auch an, wo sich die XML-Sitemap-Datei befindet.

Sie können Fehler in Ihrer robots.txt-Datei mit der Google Search Console (früher Webmaster Tools) überprüfen, indem Sie unter 'Crawl' den 'Robots.txt Tester' auswählen. Dies ermöglicht es Ihnen auch, einzelne Seiten zu testen, um sicherzustellen, dass Googlebot den entsprechenden Zugriff hat.



Robots.txt



Gut, Sie haben eine Robots.txt-Datei!
<http://risi-ag.ch/robots.txt>

Eine Sitemap listet URLs auf, die zum Crawlen verfügbar sind, und kann zusätzliche Informationen wie die letzten Aktualisierungen Ihrer Site, die Häufigkeit von Änderungen und die Wichtigkeit der URLs enthalten. Dies ermöglicht es Suchmaschinen, die Site intelligenter zu crawlen.

Wir empfehlen, dass Sie eine XML-Sitemap für Ihre Website generieren und diese sowohl bei der Google Search Console als auch bei den Bing Webmaster Tools einreichen. Es ist ebenfalls gute Praxis, den Ort Ihrer Sitemap in Ihrer robots.txt-Datei anzugeben.

 **Eingebettete Objekte** Perfekt, es wurden keine eingebetteten Objekte auf dieser Seite erkannt.



Eingebettete Objekte wie Flash. Sollten nur für spezielle Erweiterungen verwendet werden.

Obwohl Flash-Inhalte oft schöner aussehen, können sie von Suchmaschinen nicht ordnungsgemäß indiziert werden.

Vermeiden Sie vollständige Flash-Websites, um die SEO zu maximieren.

 **Iframe** Oh nein, Iframe-Inhalt wurde auf dieser Seite erkannt.



Frames können Probleme auf Ihrer Webseite verursachen, weil Suchmaschinen den Inhalt innerhalb von ihnen nicht crawlen oder indizieren werden.

Vermeiden Sie Frames wann immer möglich und verwenden Sie einen NoFrames-Tag, wenn Sie sie unbedingt verwenden müssen.

 **Domain-Registrierung** Genau wie viele Jahre und Monate



Domain-Alter: Not Available

Erstellungsdatum: Not Available

Aktualisierungsdatum: Not Available

Ablaufdatum: Not Available

Das Domain-Alter spielt bis zu einem gewissen Grad eine Rolle, und neue Domains haben generally Schwierigkeiten, in den ersten Monaten indiziert zu werden und in den Suchergebnissen hoch zu ranken (abhängig von anderen damit verbundenen Ranking-Faktoren). Erwägen Sie, eine gebrauchte Domain zu kaufen.

Wussten Sie, dass Sie Ihre Domain für bis zu 10 Jahre registrieren können? Indem Sie dies tun, zeigen Sie der Welt, dass Sie es mit Ihrem Geschäft ernst meinen.



Indizierte Seiten



In Suchmaschinen indizierte Seiten

0 Seite(n)

Dies ist die Anzahl der Seiten, die wir auf Ihrer Website entdeckt haben.

Eine niedrige Zahl kann darauf hindeuten, dass Bots Ihre Webseiten nicht entdecken können, was eine häufige Ursache für eine schlechte Seitenarchitektur & interne Verlinkung ist, oder dass Sie unbewusst Bots und Suchmaschinen am Crawl & Indizieren Ihrer Seiten hindern.



Backlink-Zähler



Anzahl der Backlinks zu Ihrer Website

0 Backlink(s)

Backlinks sind Links, die von anderen Websites auf Ihre Website verweisen. Sie sind wie Empfehlungsschreiben für Ihre Site.

Da dieser Faktor crucial für SEO ist, sollten Sie eine Strategie haben, um die Quantität und Qualität der Backlinks zu verbessern.



URL



http://risi-ag.ch
Länge: 7 Zeichen

Halten Sie Ihre URLs kurz und vermeiden Sie nach Möglichkeit lange Domainnamen.

Eine beschreibende URL wird von Suchmaschinen besser erkannt.

Ein Benutzer sollte in der Lage sein, auf die Adressleiste zu schauen und eine accurate Vermutung über den Inhalt der Seite zu machen, bevor er sie erreicht (z.B. <http://www.meineseite.ch/de/produkte>).



Favicon



 Grossartig, Ihre Website hat ein Favicon.

Favicons verbessern die Sichtbarkeit einer Marke.

Da ein Favicon besonders wichtig für Benutzer ist, die Ihre Website als Lesezeichen speichern, stellen Sie sicher, dass es konsistent mit Ihrer Marke ist.



Benutzerdefinierte 404-Seite



Grossartig, Ihre Website hat eine benutzerdefinierte 404-Fehlerseite.

Wenn ein Besucher auf einen 404-Fehler (Seite nicht gefunden) auf Ihrer Site stößt, sind Sie kurz davor, den Besucher zu verlieren, den Sie so schwer über Suchmaschinen und Drittanbieter-Links gewonnen haben.

Das Erstellen einer benutzerdefinierten 404-Fehlerseite ermöglicht es Ihnen, die Anzahl der auf diese Weise verlorenen Besucher zu minimieren.



Seitengröße



[Größe] KB (Weltweiter Webdurchschnitt ist 320 Kb)

Zwei der Hauptgründe für eine erhöhte Seitengröße sind Bilder und JavaScript-Dateien.

Die Seitengröße beeinflusst die Geschwindigkeit Ihrer Website; versuchen Sie, Ihre Seitengröße unter 2 MB zu halten.

Tipp: Verwenden Sie Bilder mit einer kleinen Größe und optimieren Sie deren Download mit gzip.



Ladezeit



[Zeit] Sekunde(n)

Die Seitengeschwindigkeit ist ein wichtiger Faktor, um in den Google-Suchergebnissen hoch zu ranken und die Benutzererfahrung zu bereichern.

Ressourcen: Schauen Sie sich die Entwickler-Tutorials von Google für Tipps an, wie Sie Ihre Website schneller machen können.



Sprache



Gut, Sie haben Ihre Sprache deklariert.

Deklarierte Sprache: [Sprache]

Stellen Sie sicher, dass Ihre deklarierte Sprache mit der von Google erkannten Sprache übereinstimmt.

Definieren Sie außerdem die Sprache des Inhalts im HTML-Code jeder Seite.

Domain-Verfügbarkeit



Domains (TLD)	Status
risi-ag.com	Verfügbar
risi-ag.net	Verfügbar
risi-ag.org	Bereits registriert
risi-ag.biz	Bereits registriert
risi-ag.io	Bereits registriert

Registrieren Sie die verschiedenen Erweiterungen Ihrer Domain, um Ihre Marke vor Cybersquattern zu schützen.

Tippfehler-Verfügbarkeit



Domains (TLD)	Status
eisi-ag.ch	Verfügbar
disi-ag.ch	Verfügbar
fisi-ag.ch	Verfügbar
gisi-ag.ch	Verfügbar
tisi-ag.ch	Verfügbar

Registrieren Sie die verschiedenen Tippfehler Ihrer Domain, um Ihre Marke vor Cybersquattern zu schützen.



E-Mail-Privatsphäre

E-Mail-Adresse wurde im Klartext gefunden!



Wir empfehlen nicht, Klartext-verlinkte E-Mail-Adressen zu Ihren Webseiten hinzuzufügen.

Da bösartige Bots das Web nach E-Mail-Adressen durchsuchen, die sie spammen können. Verwenden Sie stattdessen ein Kontaktformular.



Safe Browsing

Die Website ist nicht auf Blacklists und scheint sicher zu sein.



Safe Browsing identifiziert unsichere Websites und benachrichtigt Nutzer und Webmaster, damit sie sich vor Schaden schützen können.



Mobile Freundlichkeit



Grossartig! Diese Seite ist mobilfreundlich!
Ihre mobile Freundlichkeitspunktzahl ist 60/100

Mobile Freundlichkeit bezieht sich auf die Benutzerfreundlichkeit Ihrer mobilen Website, die Google als Ranking-Signal in mobilen Suchergebnissen verwendet.



Mobile Kompatibilität



Schlecht, eingebettete Objekte erkannt.

Eingebettete Objekte wie Flash, Silverlight oder Java. Sollten nur für spezielle Erweiterungen verwendet werden.
Aber vermeiden Sie eingebettete Objekte, damit auf Ihre Inhalte von allen Geräten aus zugegriffen werden kann.



[Home](#) / ... / ... / Risi AG

Menu

Auswählen

GESAMTLÖSUNGSANBI FÜR BAUSTOFFE

Die Anzahl der Menschen, die das Mobile Web nutzen, ist enorm; über 75 Prozent der Verbraucher haben Zugang zu Smartphones. ??

Ihre Website sollte auf den beliebtesten Mobilgeräten gut aussehen.

Tipp: Verwenden Sie ein Analytics-Tool, um die mobile Nutzung Ihrer Website zu verfolgen.

Server-IP

Server-IP	Server-Standort	Dienstanbieter
212.243.6.200	Not Available	Not Available

Die IP-Adresse Ihres Servers hat wenig Einfluss auf Ihre SEO. Dennoch versuchen Sie, Ihre Website auf einem Server zu hosten, der geografisch nah an Ihren Besuchern liegt.

Suchmaschinen berücksichtigen die geolocation eines Servers sowie die Servergeschwindigkeit.

Geschwindigkeitstipps Tipps für das Erstellen schnell ladender HTML-Seiten:

- ✓ Perfekt, Ihre Website hat wenige CSS-Dateien.
- ✗ Schade, Ihre Website hat zu viele JavaScript-Dateien.
- ✓ Perfekt, Ihre Website verwendet keine verschachtelten Tabellen.
- ✗ Schade, Ihre Website verwendet Inline-Stile.

Die Website-Geschwindigkeit hat einen großen Einfluss auf die Leistung, beeinflusst die Benutzererfahrung, Konversionsraten und sogar Rankings.

???Durch die Reduzierung der Seitenladezeiten lassen sich Benutzer weniger ablenken und Suchmaschinen belohnen Sie eher, indem sie Ihre Seiten höher in den SERPs ranken.

Die Konversionsraten sind für Websites, die schneller laden als ihre langsameren Konkurrenten, weitaus höher.

Analytics

Wir haben kein Analytics-Tool auf dieser Website erkannt.

Web-Analytics lassen Sie die Aktivitäten der Besucher auf Ihrer Website messen.

Sie sollten mindestens ein Analytics-Tool installiert haben, aber es kann auch gut sein, ein zweites zu installieren, um die Daten gegenzuprüfen.



Doc-Type



Ihr Webseiten-Doctype ist HTML 5

Der Doctype wird verwendet, um Webbrowser über den Dokumenttyp zu informieren.

Zum Beispiel, welche HTML-Version die Seite verwendet.

Das Deklarieren eines Doctypes hilft Webbrowsern, Inhalte korrekt darzustellen.



W3C-Validität



Nicht W3C-validiert

Das W3C ist ein Konsortium, das Webstandards setzt.

Die Verwendung von valider Auszeichnungssprache, die keine Fehler enthält, ist wichtig, weil Syntaxfehler Ihre Seite für Suchmaschinen schwer indizierbar machen können. Führen Sie den W3C-Validierungsdienst durch, whenever Änderungen am Code Ihrer Website vorgenommen werden.



Kodierung



Oh nein, Sprach-/Zeichenkodierung ist nicht angegeben!

Das Angeben der Sprach-/Zeichenkodierung kann Probleme bei der Darstellung von Sonderzeichen verhindern.

Social-Daten

Ihr Social-Media-Status

 Facebook: 

 Twitter: 

 Instagram: 

Social Data bezieht sich auf Daten, die von Einzelpersonen erstellt und von ihnen knowingly und freiwillig geteilt werden. Kosten und Aufwand haben diese semi-öffentliche Form der Kommunikation previously unrentabel gemacht. Aber Fortschritte in der Social-Networking-Technologie von 2004-2010 haben breitere Konzepte des Teilens ermöglicht.

Traffic-Rang

Kein globaler Rang

Ein niedriger Rang bedeutet, dass Ihre Website viele Besucher hat.

Ihr Alexa-Rang ist eine gute Schätzung des weltweiten Traffics auf Ihrer Website, obwohl er nicht 100 Prozent genau ist.

Besucher-Lokalisierung Ihre Website ist in folgenden Ländern beliebt:

Popularity at	None
Regional Rank	None

Wir empfehlen, dass Sie die Domainnamen für die Länder buchen, in denen Ihre Website beliebt ist.

Dies wird verhindern, dass potenzielle Konkurrenten diese Domains registrieren und Ihren Ruf in diesen Ländern ausnutzen.

Geschätzter Wert

\$60 USD

Nur ein geschätzter Wert Ihrer Website basierend auf dem Alexa Rank.



On-Page-Links



Wir fanden insgesamt 122 Links, einschließlich interner und externer Links Ihrer Seite

Ankertext	Typ	Follow
zur Startseite	Interne Links	Dofollow
zum Kontaktformular	Interne Links	Dofollow
No Anchor Text	Interne Links	Dofollow
JURA Gruppe	Interne Links	Dofollow
Standorte	Interne Links	Dofollow
Jobs	Interne Links	Dofollow
de	Interne Links	Dofollow
fr	Interne Links	Dofollow
Baustoffe	Interne Links	Dofollow
Belag	Interne Links	Dofollow
Beton und Mörtel	Interne Links	Dofollow
Sand und Kies	Interne Links	Dofollow
Zement und Spezialbindemittel	Interne Links	Dofollow
Kompetenzen	Interne Links	Dofollow
Labor für Baustoffprüfungen TCC	Interne Links	Dofollow
Verwertung und Entsorgung	Interne Links	Dofollow
Nachhaltigkeitsbegleitung	Interne Links	Dofollow
Logistik	Interne Links	Dofollow
Nachhaltigkeit	Interne Links	Dofollow
Über uns	Interne Links	Dofollow
Menschen bei JURA Materials	Interne Links	Dofollow
Informationen für Lieferanten	Interne Links	Dofollow
Aktuelles	Interne Links	Dofollow
News	Interne Links	Dofollow
Newsletter	Interne Links	Dofollow
Projekte	Interne Links	Dofollow
Veranstaltungen	Interne Links	Dofollow
Marktumfeld	Interne Links	Dofollow
Download/Links	Interne Links	Dofollow
T +41 41 766 99 99	Interne Links	Dofollow
Porträt	Interne Links	Dofollow
Standorte	Interne Links	Dofollow
Angebot	Interne Links	Dofollow
Preisliste und Downloads	Interne Links	Dofollow
Bestellungen und Öffnungszeiten	Interne Links	Dofollow
Jobs Risi AG	Interne Links	Dofollow
Anwohner-Information	Interne Links	Dofollow
+41 41 784 38 34	Interne Links	Nofollow
+41 41 766 99 94	Interne Links	Nofollow
+41 41 784 38 30	Interne Links	Nofollow
+41 41 784 38 33	Interne Links	Nofollow
+41 62 838 05 05	Interne Links	Dofollow
AGBs	Interne Links	Dofollow
Datenschutz	Interne Links	Dofollow
Impressum	Interne Links	Dofollow
CRH Verhaltenskodex	Interne Links	Dofollow
Farbasphalt	Interne Links	Dofollow

Normbelag	Interne Links	Dofollow
JURA CYCLO	Interne Links	Dofollow
JURA QUADRO	Interne Links	Dofollow
JURA VECTO	Interne Links	Dofollow
JURA KUBO	Interne Links	Dofollow
Technische Dokumente Beton	Interne Links	Dofollow
JURA CYCLO CARBO	Interne Links	Dofollow
Farbbeton	Interne Links	Dofollow
JURA ACTO	Interne Links	Dofollow
Technische Dokumente Sand und Kies	Interne Links	Dofollow
JURA ECO3	Interne Links	Dofollow
JURA ECO	Interne Links	Dofollow
JURA FLEX	Interne Links	Dofollow
JURA FAST	Interne Links	Dofollow
JURA DUR	Interne Links	Dofollow
JURA PRO	Interne Links	Dofollow
JURA FIX	Interne Links	Dofollow
Weisszement	Interne Links	Dofollow
Technische Dokumente Zement	Interne Links	Dofollow
Ansprechpersonen	Interne Links	Dofollow
Akkreditierte Prüfstelle	Interne Links	Dofollow
Anwendungstechnik und Beratung	Interne Links	Dofollow
Interne Produktionskontrolle	Interne Links	Dofollow
Aufbereitung und Behandlung	Interne Links	Dofollow
Unverschmutzter Aushub	Interne Links	Dofollow
Verwertung verschmutzter mineralischer Bauabfälle	Interne Links	Dofollow
Verwertung von Holzasche	Interne Links	Dofollow
Deponierung	Interne Links	Dofollow
Referenzobjekte	Interne Links	Dofollow
Verwertung von Abfällen in der Zementproduktion	Interne Links	Dofollow
Kontaktformular	Interne Links	Dofollow
Gütesiegel	Interne Links	Dofollow
Firmengeschichte	Interne Links	Dofollow
Standorte	Interne Links	Dofollow
HR-Kontaktpersonen	Interne Links	Dofollow
Ihre Vorteile	Interne Links	Dofollow
Unsere Werte und Kultur	Interne Links	Dofollow
Lernende	Interne Links	Dofollow
Hochschulbegleitendes Praktikum	Interne Links	Dofollow
Sicherheitsanweisungen	Interne Links	Dofollow
Sicherheit steht bei uns an erster Stelle	Interne Links	Dofollow
Coupa	Interne Links	Dofollow
Neuigkeiten	Interne Links	Dofollow
Neue Newsrubrik	Interne Links	Dofollow
Iff AG	Interne Links	Dofollow
Nachhaltigkeit/Biodiversität	Interne Links	Dofollow
Fr. Blaser AG, Hasle	Interne Links	Dofollow
Aarebeton Aarau AG	Interne Links	Dofollow
Juracime S.A.	Interne Links	Dofollow
Risi AG	Interne Links	Dofollow
Jura-Cement-Fabriken AG	Interne Links	Dofollow
JURA Materials-Gruppe	Interne Links	Dofollow
HASTAG (Zürich) AG	Interne Links	Dofollow

Aarekies Aarau-Olten AG	Interne Links	Dofollow
Sand + Kies AG Luzern	Interne Links	Dofollow
V+E/Kreislaufwirtschaft	Interne Links	Dofollow
Innovation	Interne Links	Dofollow
BLH Belagswerke Hasle AG	Interne Links	Dofollow
BOW-Betonwerk Obwalden AG	Interne Links	Dofollow
WABAG Kies AG	Interne Links	Dofollow
Transportbeton AG Luzern, in Horw	Interne Links	Dofollow
PARINAG AG	Interne Links	Dofollow
Preisentwicklung CO2 Zertifikate	Interne Links	Dofollow
Link LinkedIn	Externe Links	Dofollow
No Anchor Text	Externe Links	Dofollow
No Anchor Text	Externe Links	Dofollow

Während es keine genaue Obergrenze für die Anzahl der Links gibt, die Sie auf einer Seite einbinden sollten, ist es beste Praxis, 200 Links nicht zu überschreiten.

Links übertragen Wert von einer Seite zur anderen, aber der übertragbare Wert wird auf alle Links auf einer Seite aufgeteilt. Das bedeutet, dass das Hinzufügen unnötiger Links den potenziellen Wert für Ihre anderen Links verwässert.

Die Verwendung des Nofollow-Attributs verhindert, dass Wert an die verlinkte Seite weitergegeben wird, aber es ist erwähnenswert, dass diese Links immer noch bei der Berechnung des durch jeden Link weitergegebenen Werts berücksichtigt werden, daher können Nofollow-Links ebenfalls PageRank verwässern.



Defekte Links



Auf dieser Webseite wurden keine defekten Links gefunden.

Defekte Links schicken Benutzer zu nicht existierenden Webseiten. Sie sind schlecht für die Benutzerfreundlichkeit, den Ruf und die SEO Ihrer Seite. Wenn Sie in Zukunft defekte Links finden, nehmen Sie sich die Zeit, jeden zu ersetzen oder zu entfernen.