



SEO FÜR EINSTEIGER



Grundlagen für eine gute
Suchmaschinenoptimierung und mehr
Besucher über Google und Co

pascalprohl



Über mich

Mein Name ist **Pascal Prohl** und ich bin nun schon seit über sieben Jahren im Online-Marketing unterwegs. Angefangen habe ich damals mit einem kleinen WordPress-Blog, im Laufe der Jahre kamen aber schnell viele weitere Websites dazu. Um diese zu verbessern und vor allem auch sichtbar zu machen, brachte ich mir selbst die Feinheiten der **Suchmaschinenoptimierung** bei.

Nach zahlreichen Erfolgen mit eigenen Projekten habe ich auch meinen Weg zu **Online-Marketing-Agenturen** gefunden. Hier berate ich Kunden und leite sämtliche Maßnahmen, um Websites sichtbar und erfolgreich zu machen.

Inhalt

Einleitung	5
Grundlagen	7
Was ist SEO?	7
Warum ist SEO so wichtig?	9
Bekannte SEO-Mythen	13
SEO verstehen	19
SEO im Wandel	19
Ranking-Faktoren	19
Inhalte	20
Benutzerfreundlichkeit	23
Technische Aspekte	26
SEO-Strategie	32
Marke	33
Gute Website	34
Keyword-Recherche und -Strategie	35
Linkaufbau	38
Interne Verlinkungen	43
Bilder-SEO	47
SEO-Plugins	49
Empfehlungen	49
Inhalte erstellen	51

Nutze deine Keyword-Liste!	51
Beachte die Regeln!	52
Schreibe für deine Zielgruppe!	53
Sei kreativ!	54
Sei einzigartig!	54
Schreibe natürlich!	55
Verbessere bestehende Inhalte!	55
Gehe auf deinen Ort ein!	56
Erfolge messen	57
Google Search Console	57
Google Analytics	58
Schlusswort	60

Einleitung

Suchmaschinen spielen in unserem alltäglichen Leben eine große Rolle. Sie sind ein nützliches Werkzeug geworden, mit dem wir allerlei Informationen abrufen und recherchieren können. Selbst bei einer Krankheit suchen wir mit Google nach unseren Symptomen.

Mit der Popularität von Suchmaschinen hat sich auch ein neues Feld des Online-Marketings entwickelt - die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Die dahinter steckenden Optimierungsmaßnahmen zielen darauf ab, die eigene Website für Suchmaschinen freundlicher zu gestalten. Hier geht es nicht nur um Google. In unserem Alltag haben weit mehr Suchmaschinen Platz gefunden. So suchen wir bei Amazon nach Produkten, bei Facebook nach Marken und Menschen und bei Pinterest nach Inspirationen in Bildform.

Die Suchmaschinenoptimierung ist ein hochkomplexes Thema, das viel Zeit und Anstrengung erfordert, um all ihre Facetten kennenzulernen und zu verstehen. Es gibt unzählige Maßnahmen, die du zur Optimierung anwenden kannst. In diesem Buch versuche ich dir eine kompakte Zusammenfassung für SEO-Anfänger und -Fortgeschrittene zu geben. Diese umfasst die grundlegenden Informationen und nützliche Tipps, die du für die Optimierung deiner eigenen

Website benötigst. Du wirst erlernen, warum dir SEO nützen und wie es deine Website und deinen ganzen Geschäftsprozess verändern wird. Auch die wichtigsten Faktoren, anhand derer Suchmaschinen die Platzierung deiner Website in den Ergebnissen bestimmen, wirst du in diesem Buch kennenlernen. Um die Effektivität deiner SEO-Strategie zu überprüfen, zeige ich dir auch, wie du diese mit einfachen Werkzeugen messen kannst.

Also, worauf wartest du noch? Lass uns gemeinsam die SEO-Grundlagen erlernen!

Grundlagen

Der nachfolgende Teil dieses Ebooks beschäftigt sich mit den absoluten Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung. Da jene Optimierung ein wirklich sehr komplexes Thema ist, gebe ich dir eine detaillierte Übersicht der wichtigsten Aspekte und Faktoren, die du bei deiner Optimierung beachten solltest.

Du wirst erlernen, warum SEO so wichtig ist und an welche verbreiteten SEO-Mythen du besser nicht glauben solltest. Viele dieser Mythen verbreiten sogar manche selbsternannten Experten, die sich ganz offensichtlich nicht mit der Suchmaschinenoptimierung richtig auseinandergesetzt haben. Außerdem zeige ich dir, wie du eine SEO-Strategie konzipierst und gebe dir außerdem wichtige Werkzeuge mit auf den Weg.

Was ist SEO?

Die Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO für Search Engine Optimization) bezeichnet die Praxis, die eigene Website so zu verbessern, dass sie für mehr und hochwertigere Besucher über die organische Suche von Suchmaschinen sorgt.

Eine Suchmaschine hat im Groben zwei verschiedene Aufgaben. Die erste Aufgabe ist, Websites zu sammeln und diese in Ergebnissen nach Relevanz geordnet zu positionieren. Suchmaschinen arbeiten dabei mit sogenannten Bots. Das sind quasi Computer, die sämtliche Websites des Internets aufrufen, diese analysieren und indexieren, also abspeichern. Die Entscheidung, auf welchem Platz der Suchergebnisse die jeweilige Seite dann erscheint, entscheidet ein Algorithmus. Dieser ist natürlich streng geheim, die Betreiber geben aber dennoch wichtige Hinweise, welche Aspekte einer Website einen positiven Effekt haben.

Zu SEO gehören dann sämtliche Maßnahmen, die es diesen Bots ermöglichen, unsere Website besser aufzurufen, auszuwerten und die Inhalte auf jener zu verstehen. Google möchte hier vor allem den typischen Benutzer nachahmen, der auf der Suche nach bestimmten Informationen ist. Je einfacher du es der Suchmaschine machst, deine Seite zu analysieren desto besser wird sie auch in den Suchergebnissen positioniert. Doch das ist natürlich nicht nur der einzige Aspekt, der für eine gute Platzierungen von Relevanz ist.

Warum ist SEO so wichtig?

SEO zählt zu der Wunderwaffe im digitalen Marketing. Nahezu jedes erfolgreiche Unternehmen im Bereich des Internets macht sich über die passenden Optimierungsmethoden schlau oder engagiert Experten für hohe Summen.

Um die Wichtigkeit der Suchmaschinenoptimierung zu veranschaulichen, sollte man unbedingt die positiven Effekte noch einmal genauer anschauen.

Mehr Besucher und Sichtbarkeit

Es gibt einen Spruch, der unter echten SEO-Experten weit verbreitet ist: "Wenn du eine Leiche verstecken möchtest, verstecke sie doch einfach auf die dritte Seite der Suchergebnisse bei Google." Das mag makaber klingen, doch im Grunde entspricht dieser Spruch absolut der Wahrheit. Analysen haben gezeigt, dass es kaum ein Besucher in den Suchergebnissen bis zur dritten Seite schafft. Selbst die zweite Seite wird nur vergleichsweise selten aufgerufen, da die erste Seite 90% sämtlicher Aufrufe enthält. Vielleicht kannst du dies auch aus eigener Erfahrung bestätigen.

Logisch, dass du mit deiner Website deshalb unbedingt auf der ersten Seite einen Platz haben möchtest. Um auch einen Teil dieses großen Besucherstroms zu erhalten, musst du mit deinen relevanten Suchbegriffen auf den ersten Plätzen platziert werden.

Die Suchmaschinenoptimierung ist dadurch quasi fast schon kostenlose Werbung. Machst du es richtig, so kannst du dadurch eine große Anzahl an Besuchern auf deine Website leiten. Außerdem machst du dadurch zusätzlich deine eigene Marke populärer und stärkst die Sichtbarkeit. Im Vergleich zur klassischen Werbung entstehen dir hier keinerlei direkte Kosten.

Mehr Verkäufe

Eine gut durchdachte SEO-Strategie ist gleichzeitig eine gute Marketing-Strategie, die sich schnell bezahlt macht. Sämtliche Besucher, die sich für deine relevanten Suchbegriffe interessieren, sind potentielle Kunden und können deinen Umsatz steigern. Womöglich kaufen sie dann nicht nur einmal, sondern werden zu treuen Kunden.

Bessere Inhalte

Eine Website besteht aus Inhalten in Text- und Bildform. Hast du die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung verinnerlicht, so bist du auch in der Lage, bessere Inhalte zu erstellen oder erstellen zu lassen. Diese werden dann nützlich und interessant für deine Besucher sein. Außerdem ist dir damit eine vergleichsweise bessere Platzierung in den Suchergebnissen fast schon sicher.

Bessere Nutzerfreundlichkeit

Die Suchmaschinenoptimierung hilft dir nicht nur, deine Website allgemein zu verbessern, sondern vor allem auch die Nutzerfreundlichkeit (englisch: User Experience). Mit den richtigen Maßnahmen kannst du die sogenannte Absprungrate verringern. Hinter dem Begriff verbirgt sich der Prozentsatz der Besucher, die deine Website quasi sofort wieder verlassen ohne sich deine Inhalte oder weitere Unterseiten anzuschauen. Dies geschieht oft, weil Besucher auf der Website nicht das vorfinden, was sie erwartet haben.

Mit suchmaschinenfreundlichen Inhalten können wir dies weitestgehend verhindern und so dem Besucher genau das präsentieren, wonach sich seine Suchanfrage richtete. Dies ist auch wichtig, denn

diese sogenannten Benutzersignale nimmt beispielsweise Google heute auch zur Berechnung der Platzierung deiner Website. Merkt der Suchmaschinenbetreiber, dass Nutzer mit deiner Website nicht zufrieden sind und nicht die gewünschten Inhalte vorfindet, wird deine Seite schlechter positioniert.

Konkurrenz

Natürlich vergrößert die richtige Suchmaschinenoptimierung auch die Chancen gegenüber deiner Konkurrenz. Wendest du es richtig an, kannst du den Abstand zur Konkurrenz immer weiter vergrößern. Während dein Konkurrenz auf den hinteren Plätzen nur wenige Besucher erhält, dominierst du dank deiner SEO-Strategie die vorderen Plätze. Auch dein Name und deine Marke werden dadurch gestärkt.

Bekannte SEO-Mythen

Die Suchmaschinenoptimierung ist immer ein aktuelles Thema und deshalb auch stetig im Wandel. Google passt seinen Algorithmus durchgehend an, um so dem Suchenden immer bessere Ergebnisse präsentieren zu können. Für den Website-Betreiber ist es deshalb unentbehrlich, immer informiert zu bleiben, um stets auf die Neuerungen reagieren zu können.

Daraus resultiert natürlich, dass es viele Tipps und Mythen gibt, die vor zwei, drei Jahren noch richtig waren, heute aber völlig irrelevant oder gar schädigend geworden sind. Deshalb habe ich dir hier einige der bekanntesten Mythen zusammengefasst, die sogar von selbsternannten Experten heute noch verbreitet werden.

„Mehr Links sind wichtiger als mehr Inhalte.“

Die Anzahl der Verlinkungen, die auf deine Website zeigen, sind durchaus von Relevanz. So zeigt es schließlich, dass deine Website wichtig sowie nützlich ist und deshalb von vielen anderen Menschen erwähnt wird. Jedoch geht es hier keineswegs um die Quantität, sondern viel mehr um die Qualität dieser Verlinkungen. Deshalb soll-

ten Verlinkungen nur aufgebaut werden, wenn diese auch eine thematische Relevanz zu deiner Website besitzen.

„HTTPS braucht man nicht.“

Wer durch das Internet surft, wird schnell auf die Begriffe **HTTP** und **HTTPS** stoßen. Diese sind zu Beginn der Internetadresse positioniert. Mit dem Zusatz **S** handelt es sich hierbei beim Aufruf der Website um eine sichere Verbindung. Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung hat dies durchaus eine Relevanz. So gab Google im Jahr 2014 bekannt, sichere Websites besser zu platzieren als Pendants ohne jene Verschlüsselung.

Tipp: Diese Verschlüsselung sollte natürlich richtig und konform eingebunden werden. Hast du selbst keinerlei Ahnung von dieser Technik, kannst du vieles falsch machen. Engagiere deshalb besser einen Profi, der diese Verschlüsselung schnell für dich übernehmen kann.

„Meta-Daten sind wichtig für SEO.“

Meta-Daten sind jene Informationen, die sich im Quelltext deiner Website befinden und die du beispielsweise mit einem SEO-Plugin

unter WordPress bearbeiten kannst. Die sogenannte Meta-Description wird dann beispielsweise als Text unter der Überschrift deiner Seite in den Suchergebnissen angezeigt.

Ein weit verbreiteter Irrglaube ist es, dass diese Daten für die Platzierung in den Suchergebnissen eine direkte Relevanz haben. Dies war durchaus früher so, ist heute aber falsch wie es Google auch 2009 offiziell verkündete. Google benutzt diese Informationen nicht, um die Positionierung zu berechnen.

Dennoch haben jene Daten einen Effekt, schließlich werden diese in den Suchergebnissen angezeigt. Mit der richtigen Beschreibung kannst du den Suchenden überzeugen, auf dein Ergebnis zu klicken und nicht auf jenes vor oder nach dir. Das Ausfüllen der Meta-Daten sollte also dennoch nicht vergessen werden.

„Meine Keywords sollten so oft wie möglich vorkommen.“

Möchtest du für bestimmte Begriffe weit oben platziert werden, so müssen diese Wörter auch möglichst oft in den Inhalten deiner Website vorkommen. Das stimmt so heute nicht mehr.

Zwar sollten jene Begriffe durchaus auf deiner Website auftauchen, zu viele dieser sogenannten Keywords strafft Google aber ab. Dies wirkt schließlich nicht natürlich und eher wie SPAM. Du solltest deshalb lieber für den Nutzer wirklich ansprechenden Content verfassen und vor allem auch viele Synonyme und passende Begriffe zu deinen Keywords verwenden. Eben so, wie es für gute Inhalte ganz natürlich ist.

„Es geht nur um die Überschriften.“

Auf einer Website finden sich viele verschiedene Überschriften, die in einer ganz bestimmten Reihenfolge auf der Seite auftauchen. Viele Website-Betreiber legen ihren Fokus vor allem auf jene Überschriften und vernachlässigen den restlichen Text.

Dabei sieht Google deine Website als Ganzes und bewertet deshalb sowohl den Text als auch die Überschriften. Dieser sollte für den Nutzer ansprechend und vor allem auch natürlich sein. Zu viele Keywords in den Überschriften wirken wie SPAM. Wähle deshalb thematisch passende und abwechslungsreiche Überschriften und vernachlässige den restlichen Inhalt nicht.

„Ich brauche so viele Inhalte wie möglich.“

Wer fleißig ist, kann seine Website mit reichlich Inhalt befüllen. Viele Menschen glauben aber, dass mehr Inhalte auch für eine bessere Sichtbarkeit in den Ergebnissen der Suchmaschinen sorgen. Auch das ist heute falsch.

Schreibe lieber einen guten Artikel zu einem Thema statt viele kleinere und dafür minderwertige Artikel. Fokussiere dich bei jedem neuen Inhalt am besten immer auf ein ganz bestimmtes Thema, statt viele Themen auf einmal nur allgemein zu behandeln. So weiß die Suchmaschine besser, welcher deiner Inhalte für welche Begriffe eine hohe Relevanz hat. Andernfalls kannibalisieren sich viele kleinere Unterseiten gegenseitig und verwirren die Suchmaschine. Dann ist es auch weitaus besser, wenige, dafür aber gute Unterseiten anzubieten.

„Lokale Suchmaschinenoptimierung ist nicht wichtig.“

Die lokale Suchmaschinenoptimierung wird in Suchmaschinenoptimierung immer wichtiger. Wer beispielsweise in Berlin mit Google nach einem Dachdecker sucht, erhält vor allem Dienstleister aus der näheren Umgebung als Ergebnis präsentiert. Somit sieht jemand in

Berlin also andere Suchergebnisse als jemand in München oder Köln.

Du musst also als lokales Unternehmen keineswegs bundesweit mit anderen Unternehmen konkurrieren, sondern hast bei der lokalen Suchmaschinenoptimierung einen Vorteil.

SEO verstehen

SEO im Wandel

Wie zuvor bereits erwähnt, ist die Technik der Suchmaschinen stets im Wandel. Google möchte sich verbessern und deshalb muss auch die Suchmaschinenoptimierung aktuellen Gegebenheiten angepasst werden. Es wird dir sicherlich schwer fallen, stets bestens informiert zu sein über sämtliche Änderungen. Dennoch solltest du nicht aufgeben bei der Optimierung deiner Website.

Immer gilt: Erstelle eine gute und relevante Website, die Vertrauen und Qualität ausstrahlt. Erstelle Websites für Besucher und biete ihnen gute und relevante Inhalte.

Ranking-Faktoren

Unter den Ranking-Faktoren verstehen wir all jene Eigenschaften einer Website, die für die Positionierung deiner Website in den Suchergebnissen für den Suchmaschinenbetreiber relevant sind. Bei der Suchmaschinenoptimierung ist es wichtig zu verstehen, welche dieser Faktoren einen Einfluss haben und welche nicht. So

weißt du genau, welche Maßnahmen sich lohnen und auf was du verzichten solltest.

Google selbst gibt regelmäßig bekannt, welche Faktoren in die Berechnung für die Platzierung einfließen. Auf folgende Faktoren solltest du unbedingt achten:

Inhalte

Länge

Die Anzahl der Wörter und der verwendeten Bilder auf Unterseiten deiner Website hat einen Einfluss auf den Erfolg deiner Website. Hier gibt es jedoch keinerlei genaue Zahlen, viel mehr geht es darum, ausreichend Inhalte für den Nutzer bereit zu halten. Kurze Texte, also nur wenige Dutzend Wörter, können nur kaum einen wirklichen Mehrwert bieten.

Unter SEO-Experten hat sich hier eine Zahl von 300 Wörtern reinen Text als Mindestmaß für eine Unterseite etabliert. Darunter wird man wohl kaum hochwertigen und vor allem nützlichen Inhalt produzieren können. In der Höhe gibt es ebenso keine Grenzen, jedoch sollte man auch hier mit gesundem Menschenverstand vorgehen. Ein Text

mit mehreren tausend Wörtern sollte man wohl besser auf mehreren Unterseiten aufteilen, um so die Suchintentionen potentieller Besucher gezielter zu befriedigen.

Um seine Inhalte ansprechender zu gestalten, sollten unbedingt auch Bilder und Fotografien passend zum Inhalt eingefügt werden. Auch hier gilt, dem Besucher möglichst einen Mehrwert durch das Bildmaterial zu bieten. So kann man beispielsweise Diagramme zu bestimmten Themen anfertigen, um Informationen aus dem Fließtext näher zu veranschaulichen.

Einzigartigkeit

Erstelle einzigartige Inhalte, auch wenn dein jeweiliges Thema bereits unzählige Male im Internet behandelt worden ist. Du kannst jedem Thema einen einzigartigen Charakter verleihen, indem du beispielsweise deine eigene Meinung einfließen lässt.

Kopiere keinesfalls Inhalte anderer Websites. Daraus resultieren nicht nur mögliche rechtliche Folgen, sondern auch Google straft deine Website ab. Der Suchmaschinenbetreiber erkennt kopierte Inhalte und straft den Kopierer ab.

Relevante Begriffe

Fokussiere dich keinesfalls nur auf ganz bestimmte Keywords, sondern schreibe einen Text, der auch relevante Stichwörter enthält.

Schreibe ich auf meiner Website über das Thema SEO, sollten im Text natürlich auch themennahe Begriffe aus der Branche wie Online-Marketing, Google oder Website vorkommen. Wenn du wirklich einen nützlichen Text für deine Besucher verfasst, machst du dies in der Regel schon automatisch.

Keywords

Fast schon logisch: Natürlich sollten die Keywords, für die deine Website in den Suchergebnissen auftauchen sollte, im Fließtext vorkommen. Manche SEO-Experten schwören darauf, diesen unbedingt auch im ersten Absatz des Textes einen Platz zu geben.

Wichtig ist hier, auch auf Synonyme der jeweiligen Keywords zu setzen. Das macht den Text zudem auch für den Besucher angenehmer zu lesen und lässt ihn nicht wie SPAM erscheinen.

Benutzerfreundlichkeit

Responsive Webdesign

Wer eine Website betreibt, wird von diesem Begriff sicherlich etwas gehört haben. Dahinter steckt die Technik, die eine Website sowohl auf dem Desktop als auch auf dem Smartphone passend anzeigen lässt. Der Nutzer auf dem Smartphone sieht auf seinem Gerät also eine auf die Display-Größe angepasste Version der Website.

Teste unbedingt, ob deine Website auch mobil fehlerfrei angezeigt wird und richtig funktioniert. Bitte auch Freunde und Bekannte mit anderen Smartphones darum, deine Website auszuprobieren und Fehler zu melden. Je nach Gerät, Displaygröße und Betriebssystem können nämlich andere Fehler auftreten.

Mit dem Boom der Smartphones hat sich die Nutzung von Smartphones drastisch erhöht. In vielen Bereichen benutzen Menschen sogar öfter ihr Handy als ihr Notebook oder ihren Desktop-PC, um eine Website aufzurufen. Auch Google beachtet bei der Berechnung deiner Platzierung deshalb, ob deine Website für die Mobilansicht optimiert wurde.

Klickrate

Dieser Begriff wird oft auch in der englischen Variante „Click through rate (CTR)“ verwendet. Darunter versteht man den Anteil der Nutzer, der auf der Seite der Suchergebnisse bei Google letztendlich auf deine Website klickt.

Diese Klickrate kannst du verbessern, indem du beispielsweise einen guten und passenden Titel für deine Website wählst und hochwertige Meta-Beschreibungen verfasst. Auch mit den richtigen Permalinks kannst du sie erhöhen.

Verweildauer

Auch wenn Google die Verweildauer auf deiner Website nicht direkt erfassen kann, kann der Suchmaschinenbetreiber Rückschlüsse über jene ziehen. Landet der Google-Nutzer schließlich nach einem Klick auf deine Website direkt wieder in den Suchergebnissen, um eine weitere Website aufzurufen, weiß Google, dass deine Website wohl nicht die passenden Informationen bereit gestellt hat.

Mit nützlichem und hochwertigem Inhalt kannst du die Verweildauer erhöhen. Schreibe gute Überschriften und Sorge dafür, dass der Be-

sucher deinen Text wirklich interessant findet, um ihn auf deiner Website zu halten.

Interne Verlinkungen

Mit Verlinkungen innerhalb deiner Website kannst du dem Besucher zeigen, welche Inhalte deiner Website außerdem relevant sein könnten. So befriedigst du sein Informationsbedürfnis und hältst ihn weiter auf deiner Website.

Netter Nebeneffekt: Auch der Google-Bot findet so besser durch deine Website und weiß zudem besser, welche Inhalte mit welchen anderen zusammenhängen.

Bilder und Videos

Manchmal hilft es, bestimmte Thematiken auch als Bild oder Videos zu veranschaulichen. Nutze deshalb diese Medien, um deine Website zu verbessern, aber achte darauf, nicht zu übertreiben. Zu viele Medien sorgen schließlich wieder für zu langsame Websites. Ein bis zwei Bilder und ab und zu ein Video für kleinere Texte sind angemessen.

Technische Aspekte

Meta-Description und Titel

Zwar haben die Meta-Description und der Titel keinen direkten Einfluss auf die Positionierung, können dir aber dennoch den entscheidenden Vorteil bringen. Diese Angaben werden genutzt, um deine Website in den Suchergebnissen zu präsentieren. Hast du eine WordPress-Website, so kannst du diese Angaben bequem über diverse WordPress-Plugins einfügen und verwalten.

Hinweis: Manchmal kann es sein, dass Google einen anderen Titel und eine andere Beschreibung für deine Website anzeigt. Dies ist kein Fehler, denn bei diesen Angaben handelt es sich aus Sicht Googles nur um eine Empfehlung deinerseits. Findet der Suchmaschinenbetreiber, dass die von dir gewählten Informationen nicht zu der Seite passen, wählt er einfach die aus seiner Sicht passenderen aus.

Index und Noindex

Auch diese Angaben lassen sich mit einem modernen SEO-Plugin einfach setzen. Hiermit stellst du ein, ob Google deine Seite indexie-

ren sollte oder nicht. Wählst du noindex für eine Unterseite, so wird die jeweilige Seite auch nicht in den Suchergebnissen von Google erscheinen.

Der Einsatz von Noindex empfiehlt sich vor allem bei Unterseiten, auf denen wenig bis gar keine oder kopierte Inhalte vorhanden sind. Auch das Impressum oder die Datenschutzerklärung kannst du so bewusst von Google fernhalten. So findet niemand deine Website, wenn man über deinen Namen oder deine Adresse sucht, wenn du dies nicht wünscht. Außerdem straft Google dich nicht ab, wenn du dein Impressum oder deine Datenschutzerklärung über einen kostenlosen Generator im Internet erstellt hast und deshalb keine Einzigartigkeit vorweist.

Domain

Die Domain ist der Name deiner Website, also beispielsweise www.pascalprohl.de. Bis vor einigen Jahren hatte es noch einen positiven Effekt, wenn du deine Keywords auch in deine Domain einbaust. Man nennt diese Art der Domains auch Keyword-Domains. Das Gegenstück zu jenen sind sogenannte Brand-Domains. Der englische Begriff für Marke beschreibt diese Art der Domains schon relativ gut. Zalando oder Amazon sind hier zum Beispiel bekannte

Unternehmen, die mit ihrem Namen und der dazugehörigen Domain einen echten Namen etabliert haben.

Heute ist der positive Effekt von Keyword-Domains zu vernachlässigen, weshalb du den Namen ganz nach deinen Wünschen auswählen kannst. Empfehlenswert ist ein Name, der zu dir und deiner Tätigkeit passt und mit dem du auch öffentlich auftreten möchtest.

Idealerweise solltest du auch die Domain-Endung wählen, die deiner Zielgruppe und deinem Aufenthaltsort entspricht, da Google diese besser zuordnen kann. Für dich in Deutschland ist .de deshalb die beste Wahl.

HTTPS

Die Verschlüsselung deiner Website gehört mittlerweile schon fast zum Standard einer modernen Website. Auch Google verkündete, dass sichere Seiten einen Vorteil haben.

Hast du noch eine Website ohne jene Verschlüsselung, solltest du dies unbedingt ändern. Sprich am besten einen Profi an, wenn du dir den Wechsel selbst nicht zutraust.

Ladezeit

Die Ladezeit deiner Website ist heute enorm wichtig. Viele Statistiken und Studien zeigen, dass zu lange Ladezeiten den Besucher abschrecken. Die Folgen sind weniger und unzufriedene Besucher und damit beispielsweise auch weniger Umsatz über deine Website.

Vor allem mit dem Boom der Smartphones hat die Ladezeit noch einen viel höheren Stellenwert eingenommen. Schließlich haben jene Geräte oft nur eine langsamere Mobilfunkverbindung, weshalb optimierte und schnelle Websites fast schon unentbehrlich sind. Auch für Google und die Platzierung deiner Website hat die Seitenladezeit eine Relevanz.

Google selbst bietet schon etwas länger mit [PageSpeed Insights](#) und [Test My Site](#) zwei verschiedene Werkzeuge an, mit denen sich die eigene Website kostenlos messen lässt.

Verlinkungen

Unter Verlinkungen (auch Backlinks) verstehen wir all jene Verweise von anderen Websites, die auf deine Website zeigen. Google erfasst jene und bewertet deine Seite anhand dieser. Eine Website,

die oft von anderen erwähnt wird, scheint schließlich auch relevant und qualitativ hochwertig zu sein.

Google beachtet hier:

- die Anzahl
- die Qualität – natürlich ist ein Link von der Website einer Universität oder einem angesehenem Medium wesentlich mehr wert als jener aus einem einfachem Forum.
- die Themenrelevanz – die linkgebende Seite sollte zu deiner Website passen.
- das Alter – ältere und etablierte Websites werden von Google höher angesehen.
- der Ankertext – der Text, mit dem auf deine Seite verlinkt wird, sollte einen Themenbezug haben und natürlich wirken.

Aber Vorsicht! Google erkennt nicht nur gute, sondern auch schlechte Backlinks. Seine Website also einfach in Foren zu spammen oder unseriöse Dienstleister zu engagieren, die mehrere Tausend automa-

tisierte Backlinks versprechen, ist kontraproduktiv und wird bestraft. Auch der immer gleiche Ankertext wirkt wie SPAM und wirkt für Google unnatürlich.

Versuche deshalb nur natürliche Links aufzubauen, indem du gute Inhalte bietest, die andere Betreiber von Websites gerne verlinken.

Soziale Signale

Google beachtet auch die Signale, die in den sozialen Netzwerken zu finden sind. Sorge deshalb dafür, dass deine Website auch passende Präsenzen in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Pinterest besitzt und deine Besucher deine Inhalte dort auch rege teilen. So kannst du zusätzlich nicht nur direkt deine Besucherzahlen erhöhen, sondern auch Google deine Bekanntheit und Relevanz signalisieren.

SEO-Strategie

Du hast also nun in den letzten Seiten gelernt, welche genauen Faktoren bei der Suchmaschinenoptimierung wichtig sind. Doch bevor du loslegst und deine Website optimierst, solltest du dir erst einmal Gedanken über deine Website machen.

Es ist nämlich wichtig, dass du für deine Website eine genaue SEO-Strategie entwickelst. Das hört sich kompliziert an und lässt sich so mancher SEO-Profi auch fürstlich bezahlen, kannst du aber auch als Laie für eine kleinere Website schnell und einfach erledigen. Mit dieser Strategie kannst du im Anschluss deine Website besser selbst optimieren und verlierst nicht den Überblick.

Auch im digitalen Zeitalter ist ein einfaches Blatt Papier und ein Bleistift manchmal die bessere Wahl. Notiere deine Gedanken und Ideen bei der Entwicklung deiner SEO-Strategie am besten auf diese Weise. Auch Mindmaps helfen dir hier weiter.

Marke

Bevor du ins Detail gehst, solltest du erst einmal die Grundlagen schaffen. Du solltest bereits einen guten Namen gewählt haben und mit diesem auch auf allen sozialen Netzwerken vertreten sein. Versuche überall mit dem gleichen Namen aufzutreten, um die Nutzer nicht zu verwirren und auch Google die Möglichkeit zu nehmen, eine Verbindung herzustellen.

Sei eine Marke! Amazon, Zalando und Co sind allesamt mit ihrem individuellen Namen bekannt geworden. Auch du solltest dich im Internet darum bemühen, zu einer Marke zu werden. Dabei musst du gar nicht einen Fantasienamen ausdenken, sondern kannst auch deinen eigenen Namen zur Marke machen. Ziel ist nur, dafür zu sorgen, dass Menschen deinen Namen mit deiner Unternehmung in Verbindung bringen.

Google beachtet zudem heute nicht nur direkte Verlinkungen, sondern zusätzlich auch die Erwähnung von Namen.

Gute Website

Bevor du deine Website optimierst, um mehr Besucher über die Suchmaschine zu generieren, solltest du jene unbedingt ausgiebig testen. Es sollte selbstverständlich sein, dass deine Website modern und vor allem voll funktionsfähig ist. Bitte auch Freunde und Bekannte darum, deine Seite auszuprobieren und von den Erfahrungen zu erzählen. Viele Fehler lassen sich im Handumdrehen beseitigen.

So verschenkst du keinerlei Potential und deine Optimierungsmaßnahmen werden nicht durch eine schlechte Website gebremst. Denn die besten SEO-Maßnahmen bringen nichts, wenn deine Website nicht den aktuellen Standards entspricht.

Keyword-Recherche und -Strategie

Es ist unheimlich wichtig, dass du dir im Klaren bist, nach welchen Suchbegriffen deine Zielgruppe sucht. Viele Website-Betreiber machen den Fehler, sich darüber keinerlei Gedanken zu machen. Dadurch wird großes Potential verschenkt und man macht sich letztendlich Arbeit, die keinerlei Nutzen für deine Website hat.

Um stets eine gute Übersicht zu haben, solltest du unbedingt eine Keyword-Liste anlegen. In dieser trägst du die Begriffe ein, für die deine Website in den Suchergebnissen auftauchen sollte. Diese Liste kannst du ganz einfach mit Excel oder sogar ganz simpel auf einem Blatt Papier anlegen.

Gestalte deinen idealen Besucher!

Überlege dir genau, wie der ideale Besucher deiner Website aussieht. Diese Technik findet sich auch im Marketing bekannter Unternehmen unter dem Begriff Persona. Hier kreiert man den typischen Kunden und stimmt die Vermarktung genau auf diesen Typen Mensch ab.

Stelle dir selbst folgende Fragen: Was macht diesen Menschen aus? Mit welcher Intention landet er auf deiner Website? Wonach könnte er suchen und welche Inhalte sind für ihn interessant?

Hast du diese Fragen beantwortet und dir so den perfekten Besucher gestaltet, kannst du deine Website und deine Keyword-Liste genau auf diese Art Mensch anpassen.

Schaue dir ähnliche Suchanfragen an!

Diese nützliche Funktion hast du sicherlich schon einmal selbst bemerkt. Sucht man mit Google nach bestimmten Begriffen, schlägt die Suchmaschine am Seitenende ähnliche Suchanfragen vor. Hier findest du nicht nur ähnliche Formulierungen, sondern auch weiterführende, relevante Suchanfragen.

Nutze diese Vorschläge, um Inspirationen für Suchbegriffe zu sammeln, für die deine Website in den Suchergebnissen angezeigt werden sollte. Trage diese ebenso in deine individuelle Keyword-Liste ein.

Erweitere deine Keyword-Liste!

Oft sind manche Suchbegriffe zwar durchaus relevant für deine Website, werden dafür aber kaum gesucht. Gerade als Laie fällt es schwer, dies genau einzuschätzen.

Mit nützlichen Tools wie dem Google Keywords Planner, XQVI oder SERPS Keywords Rank Checker kannst du herausfinden, wie oft Menschen die jeweiligen Suchphrasen in den Suchschlitz von Google eingeben. So kannst du wenig bis kaum benutzte Phrasen aus deiner Liste streichen und den oft benutzten eine höhere Priorität bei deinen Optimierungen geben.

Optimiere deine Keyword-Liste

Auch wenn häufig gesuchte Begriffe für dich attraktiv erscheinen, solltest du dich nicht überschätzen. Schließlich ist die Konkurrenz hier nicht selten groß. Fokussiere dich deshalb zu Beginn ruhig auf etwas weniger umkämpfte Begriffe, um erfolgreicher zu sein.

Wie umkämpft ein Begriff in den Suchergebnissen ist, finden echte SEO-Profis schon mit einem kurzen Blick auf die Ergebnisliste her-

aus. Diese haben ein Auge dafür. Als Laie findest du dafür aber auch nützliche Tools auf dem Markt.

Wähle deine Keywords

Wenn du deine Keyword-Liste angelegt, erweitert und optimiert hast, hast du nun deine relevanten Suchbegriffe vor dir. Von nun an dreht sich bei deiner SEO-Strategie vieles nur um diese Begriffe.

Fokussiere dich auf diese und versuche beispielsweise passende Inhalte für jene Begriffe zu verfassen. Zusammen mit guten und relevanten Backlinks hast du gute Chancen, in den Suchergebnissen sichtbarer zu werden.

Linkaufbau

Der Aufbau von Verlinkungen im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung ist ein interessantes, aber auch sehr schwieriges Thema. Verlinkungen bringen nicht nur Besucher von anderen Websites auf deine Seite, sondern können auch dafür sorgen, dass Google deine Seite besser einstuft und als wichtig ansieht.

Wichtig ist hier, dass es nicht allein um die reine Anzahl, sondern viel mehr um die Qualität deiner Verlinkungen geht. Schlechte Backlinks können sogar für eine Abstufung seitens Google führen.

Wir entscheiden im Grunde zwischen zwei verschiedenen Arten von Backlinks:

- **Natürliche Links:** Darunter verstehen wir sämtliche Links, die organisch entstehen. Das ist dann der Fall, wenn beispielsweise ein Nutzer deine Website mitsamt deiner Inhalte so gut findet, dass er sie woanders teilt.
- **Manuelle Links:** Darunter verstehen wir all jene Links, die du selbst im Rahmen des Linkaufbaus erzeugst. Dazu zählen zum Beispiel Einträge in Webkatalogen oder Links aus Gastbeiträgen, die du auf anderen, themenrelevanten Websites und Blogs verfasst.

Fakt ist, dass solche Backlinks für Websites nahezu unentbehrlich sind. Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, mit denen du manuell oder natürlich Verlinkungen für deine Website aufbauen kannst.

Sorge für gute Inhalte!

Man kann es wirklich nicht oft genug sagen: Deine Website sollte wirklich gute und vor allem qualitativ hochwertige Inhalte vorweisen. Hier hilft es auch, sich die Internetseiten deiner Konkurrenz anzusehen. Suche nach deinen fokussierten Suchbegriffen, die du bei deiner SEO-Strategie ausgewählt hast, und schau dir die Ergebnisse an.

Versuche bei der Erstellung deiner Inhalte nicht nur die gleichen Themen der Konkurrenz abzudecken. Dein Ziel sollte es sein, besseren und nützlicheren Inhalt bereitzustellen. Vielleicht hat dein Konkurrent wichtige Informationen vergessen oder eine selbst angefertigte Grafik könnte das Thema noch anschaulicher darstellen.

Bietest du wirklich einen Mehrwert, kommen natürliche Links dann oft von ganz allein.

Schau auf die Konkurrenz!

Nicht nur bei der Inhaltserstellung solltest du ein Auge auf die bereits erfolgreiche Konkurrenz werfen. Mit Werkzeugen wie [Ahrefs](#) (kostenlos) kannst du auch die Verlinkungen deiner Konkurrenz

analysieren und sie dir zu Nutze machen. Vielleicht entdeckst du hier neue Quellen, um eine Verlinkung zu deiner Website zu erstellen.

Aber: Nicht jeder Link deiner Konkurrenz sollte kopiert werden. Achte hier weiterhin auf die Themenrelevanz und Qualität der verlinkenden Website.

Scheue keine Kontakte!

Auch wenn du sicherlich erst ganz am Anfang deiner Online-Marketing-Karriere stehst, solltest du keinesfalls schüchtern sein. Knüpfe Kontakte mit anderen Leuten aus deinem ungefähren Themenbereich und baue dir ein Netzwerk auf. Auf diesem Wege entstehen oft nützliche Kooperationen, die letztendlich mit neuen Backlinks belohnt werden.

Verlinke selbst!

Mit Verlinkungen gehen viele Betreiber von Websites eher sparsam um, dabei ist doch gerade das etwas, was das Internet ausmacht. Verlinkungen sind natürlich, das weiß auch Google.

Setze deshalb ruhig thematisch passende Verlinkungen zu anderen Seiten auf deiner eigenen Seite, wenn diese für deine Besucher nützlich sein könnten. Vielleicht wird sich so mancher Verlinkte auch bei dir revanchieren.

Sei aktuell!

In keinem anderen Medium verbreiten sich Informationen und Nachrichten so schnell wie im Internet. Wenn Schlagzeilen im Fernsehen oder in der Zeitung zu finden sind, sind jene im Internet schon längst ein alter Hut. Kein Wunder, schließlich kann man im Internet schnell und einfach aktuelle Informationen verbreiten.

Nutze diesen Umstand und berichte auf deiner Website auch über aktuelle Ereignisse und Besonderheiten, die zu deiner Website und deinem Thema passen. Wenn du ein sehr spezielles Thema behandelst, ist die Chance groß, dass vielleicht sogar größere Medien deine Inhalte aufgreifen und dich verlinken.

Mach es simpel!

Fordere deine Besucher und Leser bestimmt, aber nicht zu aggressiv auf, deine Inhalte zu verbreiten. Mache es ihnen ruhig auch so

einfach wie möglich, indem du beispielsweise Buttons zum Teilen deiner Inhalte auf deine Website einbaust. So haben es deine Besucher leichter, deine Inhalte zu verbreiten und so auch für Verlinkungen zu sorgen.

Interne Verlinkungen

Du solltest dir aber nicht nur über Verlinkungen von anderen zu deiner Website Gedanken machen. Auch die Verlinkungen innerhalb deiner Website sind im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung sehr wichtig.

Durch diese ist es deinem Besucher möglich, sich einfach durch deine Website zu klicken, ohne selbst dabei nach weiteren thematisch passenden Inhalten zu suchen. Verlinke deshalb oft auch andere deiner Inhalte, wenn sie thematisch zu deinem jeweiligen Inhalt passen.

Es gibt jedoch auch einige Hilfsmittel, mit denen du den Aufbau interner Links etwas vereinfachen und automatisieren kannst.

Breadcrumbs

Hinter diesem englischen Begriff steckt ein Element einer Website, das du bestimmt schon einmal gesehen oder sogar genutzt hast. Die Breadcrumbs erlauben es dem Nutzer den Pfad von der Startseite bis zur gerade aufgerufenen Unterseite einzusehen.

***Beispiel:** Startseite > Über uns > Standorte*

Diese Breadcrumbs finden sich in den allermeisten Fällen ganz oben auf der jeweiligen Unterseite. Die einzelnen Teile des Pfads sind zu den passenden Unterseiten verlinkt, sie stärken also die interne Verlinkung. Dies hilft ungemein, eine Informationshierarchie zu erstellen und dem Benutzer sowie dem Google-Bot den Aufbau deiner Seite zu verdeutlichen.

Viele WordPress-Themes bringen eine solche Funktion bereits von Haus aus mit. Mit vielen unterschiedlichen WordPress-Plugins kann jene auch nachgerüstet werden.

Ähnliche Beiträge

Viele Blogs zeigen unter den einzelnen Beiträgen thematisch passende andere Beiträge an. Auch dieses Instrument ist ideal, um die interne Verlinkung zu verbessern. Hier werden schließlich nur relevante und passende Beiträge empfohlen.

Ein netter Nebeneffekt: Gleichzeitig sorgt diese Funktion auch automatisch dafür, dass der Besucher auf der Website gehalten wird und sich im Idealfall noch mehr Unterseiten anschaut. Wie wir bereits gelernt haben, kann auch dies positive Auswirkungen auf deine Platzierung in den Suchergebnissen haben.

Falsche und kaputte Links

Fast nichts ist nerviger als kaputte und fehlerhafte Links auf einer Website. So bekommt man statt der gewünschten Information nur eine Fehlerseite zu Gesicht.

Sorge deshalb dafür, dass die Links auf deiner Website funktionieren und auch wirklich zu dem gewünschten Ziel führen. Vergewissere dich bei der Erstellung von neuen Inhalten ruhig mehrmals, dass alles reibungslos vonstatten geht.

Spezielle Werkzeuge helfen dir außerdem, automatisiert auch nachträglich fehlerhafte Verlinkungen zu entdecken. So hat auch die kostenlose Search Console von Google die Benachrichtigung über Fehler auf deiner Website bereits integriert.

Suchmaschinenfreundliche Permalinks

Unter dem Begriff der Permalinks verstehen wir die Link-Struktur deiner eigenen Website, auch URL-Struktur genannt. Standardmäßig besteht diese Struktur beispielsweise bei WordPress nur aus einem Fragezeichen, einem Buchstaben und mehreren Zahlen.

Damit weiß weder der Besucher noch die Suchmaschine anhand der URL, um was es auf dieser Unterseite geht. Deshalb solltest du deiner Website schnellstmöglich sprechende Permalinks verpassen, also URLs, die bereits das Thema der Unterseite erahnen lassen. Gehe dazu unter WordPress einfach zu den Einstellungen und wähle dort unter Permalinks eine Variante aus.

Gute URL: <https://www.pascalprohl.de/online-marketing/>

Schlechte URL: <https://www.pascalprohl.de/?p=345>

Bilder-SEO

Nicht nur Text und die Technik, sondern auch Bilder lassen sich für die Suchmaschine optimieren. Ideal ist es, wenn du eigene Fotos auf deiner Website verwendest. Diese sind schließlich nicht nur rechtlich sicher, sondern auch absolut einzigartig. WordPress bietet dir in der systemeigenen Mediathek dann passende Möglichkeiten an, diese Bilder entsprechend zu bearbeiten oder mit Informationen zu ergänzen.

Dateiname: Bereits mit dem Namen deiner Bilddatei kann man Google zeigen, um was es auf dem Bild geht. Statt einer kryptischen Zahlenfolge sollte deshalb ein aussagekräftiger Name gewählt werden.

Alt-Attribut: Dies ist eine kurze und prägnante Bezeichnung, die das Bild beschreibt. Sie findet Einsatz, wenn das Bild beispielsweise nicht richtig angezeigt werden kann. Dieser Text ist auch für Blinde interessant, da sie so Bilder auf Websites besser wahrnehmen können.

Titel-Tag: Hier ist Platz für zusätzliche Informationen zum Bild. Dieser Titel wird angezeigt, wenn man mit der Maus über das jeweilige Bild fährt.

Um eine Seite bis ins kleinste Detail zu optimieren, sollten diese Informationen bei sämtlichen Bildern ausgefüllt sein.

SEO-Plugins

Solltest du noch kein SEO-Plugin unter WordPress installiert haben, wird dies wirklich allerhöchste Zeit. Diese Plugins helfen dir, grundlegende Einstellungen für deine Suchmaschinenoptimierung zu tätigen. Dazu gehören auch die bereits Erwähnung gefundenen Meta-Angaben und die Option für Index sowie Noindex.

Manches WordPress-Plugin hat sogar die Funktion, deine erstellten Inhalte nach SEO-Gesichtspunkten zu bewerten und dir so wichtige Tipps zu geben. Aber Vorsicht: Diese Tipps solltest du wirklich nur als automatisch generierte Empfehlungen verstehen, da diese automatisch generiert werden und auch Computer nicht alle Facetten der Suchmaschinenoptimierung abdecken können.

Empfehlungen

[Yoast SEO](#) (kostenlos): Das wohl bekannteste und erfolgreichste WordPress-Plugin. Neben den grundlegenden SEO-Funktionen finden sich hier viele weitere Möglichkeiten, die Anfänger jedoch schnell überfordern können.

[WP SEO](#) (kostenpflichtig): Etwas aufgeräumter und kleiner im Funktionsumfang, dabei aber wesentlich anfängerfreundlicher. Das SEO-Plugin aus Deutschland bietet die grundlegenden Funktionen und verrichtet seine Arbeit zufriedenstellend.

Inhalte erstellen

Die Erstellung von guten und suchmaschinenfreundlichen Inhalten gilt als die Königsdisziplin des Online-Marketings. Um wohl kein anderes Thema ranken sich so viele Gerüchte und Vermutungen wie bei diesem. Viele verschiedene Faktoren und Regeln sollten so beim Schreiben von Texten beachtet werden.

Nutze deine Keyword-Liste!

Beim Schreiben der Inhalte solltest du die im Rahmen deiner SEO-Strategie angelegte Keyword-Liste unbedingt nutzen. Diese zeigt dir schließlich, welche Suchbegriffe für deine Website relevant sind und von dir abgedeckt werden sollten. Erst mit den für die Begriffe passenden Inhalte kannst du schließlich in den heiß begehrten Suchergebnissen auftauchen.

Beachte, dass du möglichst nur ein Thema pro einzelner Unterseite oder Beitrag auf deiner Website behandelst. So kannst du nicht nur gezielter hochwertige Inhalte erstellen, sondern sorgst auch dafür, dass deine eigenen Inhalte nicht selbst untereinander konkurrieren und die Suchmaschine verwirren.

Beachte die Regeln!

Was zu Beginn vielleicht kompliziert klingen mag, ist eigentlich ganz einfach. In Sachen Quelltext deiner Website gibt es strenge Regeln, die auch der Google-Bot kennt und beachtet.

Die sogenannten Headlines (h1, h2, h3, h4, ...) sollten demnach hierarchisch in deinem Beitrag auftauchen. Im Text-Editor deiner WordPress-Installation kannst du diese einfach setzen.

Die Überschrift 1 (h1) ist dabei die wichtigste und gibt das genaue Thema deines Inhalts an. In den meisten WordPress-Themes ist der Titel deiner Unterseite oder deines Blogbeitrags bereits automatisch als diese Überschrift deklariert. Diese h1-Überschrift sollte auch kein weiteres Mal vorkommen, während du alle anderen Überschriften durchaus mehrmals einsetzen darfst. Natürlich nur, solange sie weiterhin in der richtigen Reihenfolge auftauchen.

Richtig:

```
<h1>Das ist die wichtigste Überschrift</h1>
```

```
<h2>Das ist eine wichtige Überschrift</h2>
```

```
<h2>Das ist ebenfalls eine wichtige Überschrift</h2>
```

<h3>Das ist eine nicht so wichtige Überschrift</h3>

<h2>Das ist ebenfalls eine wichtige Überschrift</h2>

Falsch:

<h1>Das ist die wichtigste Überschrift</h1>

<h3>Das ist eine nicht so wichtige Überschrift</h3>

<h2>Das ist ebenfalls eine wichtige Überschrift</h2>

<h2>Das ist ebenfalls eine wichtige Überschrift</h2>

Wie du siehst, darfst du gerne auch wieder in der Hierarchie zurückspringen, solange du keine Überschrift überspringst.

Schreibe für deine Zielgruppe!

Deine Zielgruppe hast du bereits bei der SEO-Strategie genau bestimmt. Für genau diesen Typ Mensch solltest du deshalb auch die Texte auf deiner Website verfassen. Überlege, welche Themen für ihn interessant sein könnte und versuche diese auch mit den Begriffen deiner Keyword-Liste in Verbindung zu bringen.

Hier geht es aber nicht nur um die Themen selbst, sondern auch um die Art und Form der Inhalte. Deine Texte müssen nicht wie eine Master-Arbeit über Quantenphysik klingen, wenn dieses Niveau nicht deiner Zielgruppe entspricht. Schreibe deine Texte so, dass sie von deiner Zielgruppe gerne gelesen und auch verstanden werden.

Sei kreativ!

Langweiligen Standard kann jeder. Versuche mit kreativen, aber für Besucher nützlichen Inhalten zu überzeugen. Das wird dir auch ganz abseits von Suchmaschinen nützen.

Statt nur reine Textinhalte zu bieten kannst du beispielsweise deinen Besuchern auch Themen und Informationen zusätzlich in Bild- oder Video-Form noch näher bringen. Kreativität wird hier belohnt – auch von den Besuchern, die deine Website dann vielleicht auf anderen Plattformen verlinken.

Sei einzigartig!

Das Kopieren von fremden Inhalten kann dir nicht nur juristischen Ärger bringen, sondern findet auch die Suchmaschine ganz und gar nicht gut. In der SEO-Szene spricht man hier von „Duplicate Con-

tent“. Auch bei deinen Besuchern wird dies, sollte es herauskommen, einen schlechten Eindruck hinterlassen.

Schreibe natürlich!

Auch wenn es verlockend ist, übertreibe nicht mit der Verwendung deiner relevanten Suchwörter. Dies kann schnell wie SPAM wirken und wird von Google abgestraft.

Versuche lieber nützliche Inhalte zu verfassen und verwende themennahe Begriffe sowie viele Synonyme deiner Keywords. Das freut den Nutzer, da so spannendere Inhalte entstehen, und auch Google selbst.

Verbessere bestehende Inhalte!

Hat man einmal Inhalte erstellt, heißt es hier keinesfalls, sich zurückzulehnen. Auch bestehende Inhalte sollten regelmäßig gepflegt und im besten Falle auch erweitert werden. Durch Feedback deiner Besucher kannst du so beispielsweise schnell erkennen, ob sie mit den Inhalten zufrieden sind oder mehr Informationen benötigen. Diesen kannst du zu deinen Inhalten hinzufügen, die Bedürfnisse

deiner Besucher befriedigen und weiter im Google-Ranking aufsteigen.

In manchen Fällen kannst du deine Inhalte auch dank aktueller Ereignisse aktualisieren oder erweitern. Google liebt Aktualität und wird deine Arbeit und Mühe zu schätzen wissen.

Gehe auf deinen Ort ein!

Zu Beginn wurde es bereits ähnlich gesagt: Jemand, der in Essen sucht, sieht in vielen Fällen andere Suchergebnisse als ein Berliner oder Münchener. Vor allem bei Dienstleistern ist dies oft der Fall. Logisch schließlich kann ein Essener mit einem Anwalt, Dachdecker oder Zahnarzt in Berlin kaum etwas anfangen. Google erkennt den Standort und die Suchintention des Nutzers und bietet so passende Ergebnisse.

Solltest du mit deiner Website auch einen lokalen Bezug haben, nutze die Vorteile der lokalen Suchmaschinenoptimierung. Melde dein Unternehmen bei Google MyBusiness an und biete auch auf deiner Website viele lokal relevante Inhalte. So sprichst du deine direkte Zielgruppe bestens an und wirst auch von Google in deiner Umgebung besser gelistet.

Erfolge messen

Kompliziert an der Suchmaschinenoptimierung ist, dass es durchaus etwas dauern kann, bis du erste Erfolge durch deine Maßnahmen entdecken kannst. Google übernimmt besonders bei kleineren Daten Veränderungen nicht sofort, sondern es kann durchaus etwas dauern.

Gerade deshalb ist es umso wichtiger, den Erfolg der eigenen Website genau zu überwachen. So erfährst du zum einen, ob deine Maßnahmen Früchte tragen, und kannst zusätzlich auch Probleme frühzeitig erkennen. Eine grundlegende Überwachung deiner Website lässt sich auch als Laie einfach umsetzen.

Google Search Console

Der Suchmaschinenbetreiber selbst stellt ein überaus nützliches Werkzeug zur Verfügung, um die Erfolge seiner eigenen Website sichtbar zu machen. Die Google Search Console ist kostenlos und erfordert nur eine kurze Registrierung sowie Verifizierung seiner eigenen Website.

Im Anschluss finden sich in der Suchkonsole viele nützliche Informationen und Berichte über die eigene Website wieder. Hier wird zu Beginn jedoch etwas Geduld benötigt, denn das Werkzeug braucht durchaus ein paar Tage, um die ersten Daten zu sammeln und übersichtlich darzustellen.

Daten wie eine ausführliche Suchanalyse mitsamt der Positionierungen finden sich hier ebenso wie durch den Google-Bot gefundene Fehler auf deiner Website. Für jeden Website-Betreiber ist die Nutzung der Search Console daher eine absolute Pflicht.

Google Analytics

Hinter Google Analytics verbirgt sich das offizielle Analyse-Werkzeug des Suchmaschinenbetreibers, mit denen sich die Besucherzahlen messen lassen. Die Registrierung gelingt eben schnell und einfach wie das Einfügen der dazugehörigen Überwachung auf seiner eigenen Website.

Wichtig: Das deutsche Datenschutzrecht erfordert es, den sogenannten Tracking-Code der Analyse-Software zu verändern, um so eine Anonymisierung der IP-Adressen zu erzwingen. Im Netz finden sich

jedoch viele Anleitungen, mit denen du dies selbst vornehmen kannst.

Hast du die Analyse deiner Besucherzahlen gestartet, kannst du nun die Besucherströme deiner Website verfolgen. Die Funktionen von Google Analytics sind groß, hier empfiehlt es sich selbst einfach durch diese zu klicken und sie zu entdecken.

Mit einer Verbindung zur Search Console, die sich im Handumdrehen einrichten lässt, lassen sich die Besucherzahlen dann in einem noch besseren Kontext zu deinen Maßnahmen im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung bringen.

Schlusswort

Wenn du diesen kurzen Leitfaden bis hierhin gelesen und die Informationen verinnerlicht hast, ist dies deine ideale Basis, um die vorderen Plätze der Suchergebnisse zu erklimmen. Du verstehst nun den grundsätzlichen Prozess der Suchmaschinenoptimierung und kennst die wichtigsten Faktoren, die bei der Berechnung deiner Platzierung in den Ergebnissen der Suchmaschine relevant sind.

Mit der richtigen Anwendung deines erworbenen Wissens kannst du so auch ohne eine kostspielige SEO-Agentur erste Erfolge sammeln und deine Website verbessern.

Viel Erfolg!



Pascal Prohl

www.pascalprohl.de