

SEO Basics für Einsteiger

Ein Online-Kurs in vier Teilen von Klaudija Paunovic



1.1. Wie alles begann

Mehr über mich

Grundwissen über SEO



Mehr über mich

- Pfauensohn steht für Paunovic
- Mit 17 Jahren erste eigene Webseite
- Volontariat in der Mediaplanung
- Studium der Informationswissenschaft & Sprachtechnologie B.A. Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf
- 5 Jahre Erfahrung in Unternehmen gesammelt u.a. auxmoney, Gigaset Mobile
- Seit 2013 Dozentin an der HHU, Düsseldorf



Was versteht man unter SEO?

- SEO ist ein Akronym für **Search Engine Optimization**, zu deutsch: Suchmaschinenoptimierung
- Mit Einsatz von SEO-Techniken lässt sich eine Webseite für ein bestimmtes KeyWord im Ranking steigern
- Google ist „Schuld“ am SEO, gleich mehr
- SEO ist nicht mehr das, was es früher war, Google lernt ständig neu dazu!



Vorteile und Nachteile von SEO

- + Wenn man es selber macht, ist es kostenlos
- + Kann jeder lernen, muss man kein Genie für sein
- + Wer gerne schreibt, ist im Vorteil
- + Neue Kunden über Pull-Marketing gewinnen, Interesse geht vom Kunden aus (im Gegensatz zu Push-Marketing, wo man den Kunden auf dich aufmerksam macht, z.B. durch Flyer, Anzeigen, etc.)
- + Bietet allgemeinen Mehrwert
- Kann lange dauern, bis es klappt
- Gibt keine Garantie, dass es überhaupt funktioniert
- Viel Arbeit und wenig Sichtbarkeit
- Wenig kreativ, sehr technisch



Wie alles mit Google begann

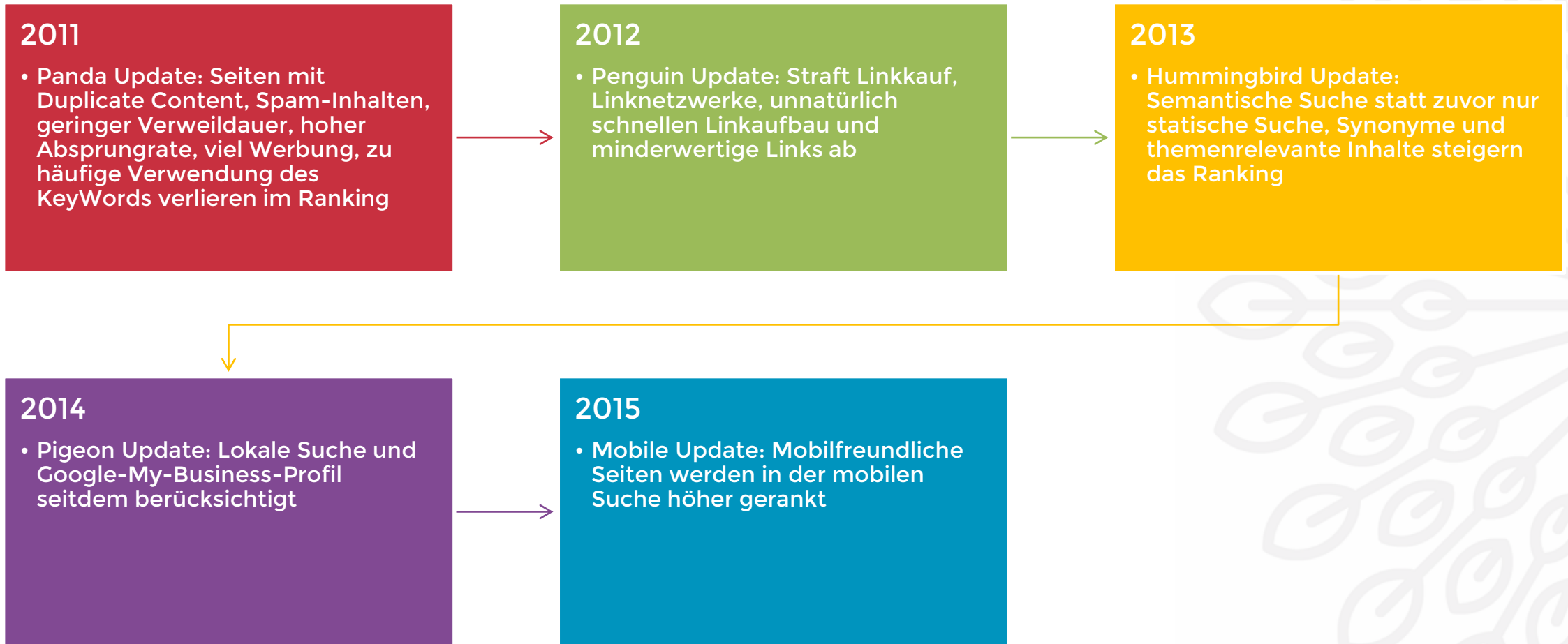
- Google wurde 1998 gegründet, setzte sich dank dem PageRank Algorithmus durch, davor gab es nur Verzeichnisse, in denen Nutzer nach relevanten Webseiten suchen mussten, ähnlich wie in einer Bibliothek

$$PR_i = \frac{1-d}{N} + d \sum_{\forall j \in \{(j,i)\}} \frac{PR_j}{C_j}$$

- Der PageRank besagt im Groben, dass eine Seite wichtiger je ist, je mehr andere Seiten darauf verlinken -> Backlinks waren damals das A und O
- Negative Folgen z.B. Linkfarmen

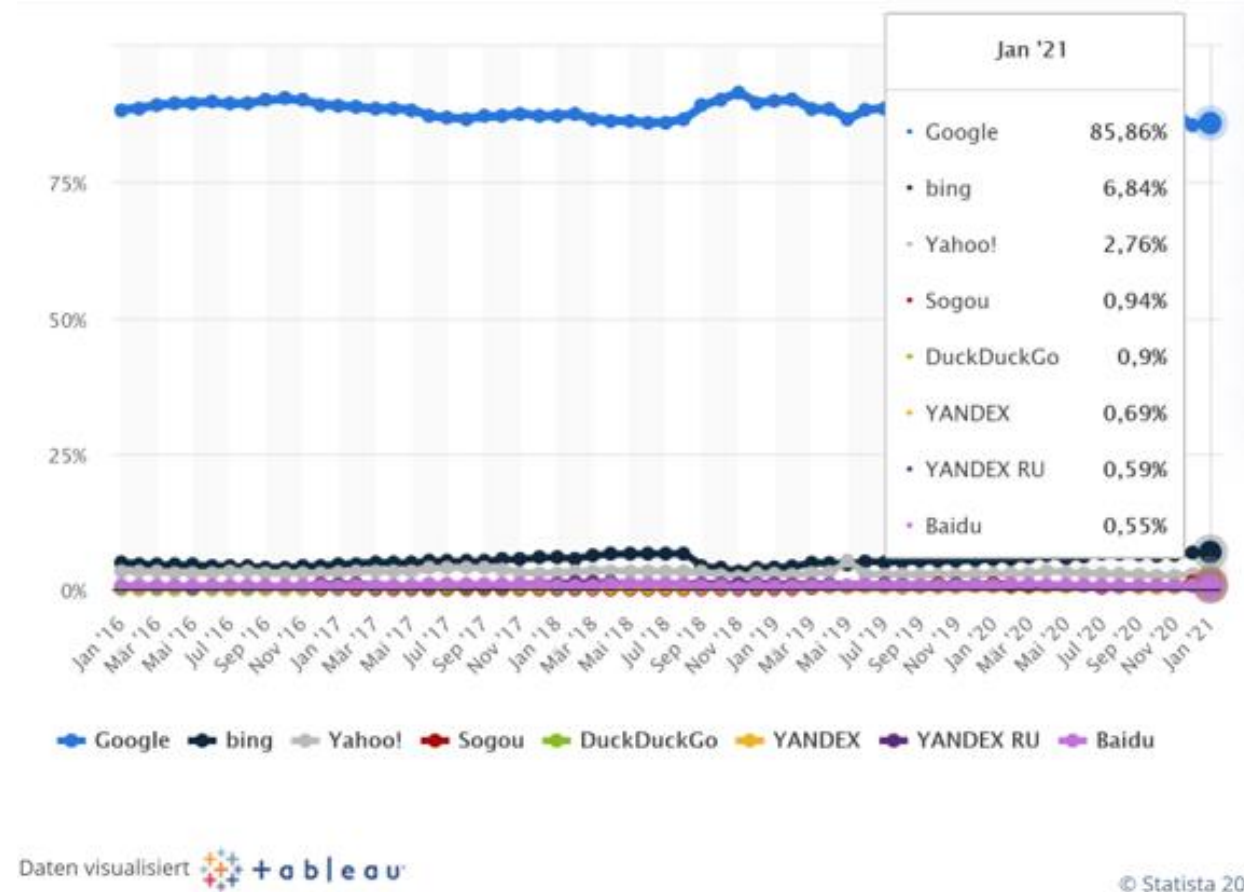


Google lernt dazu



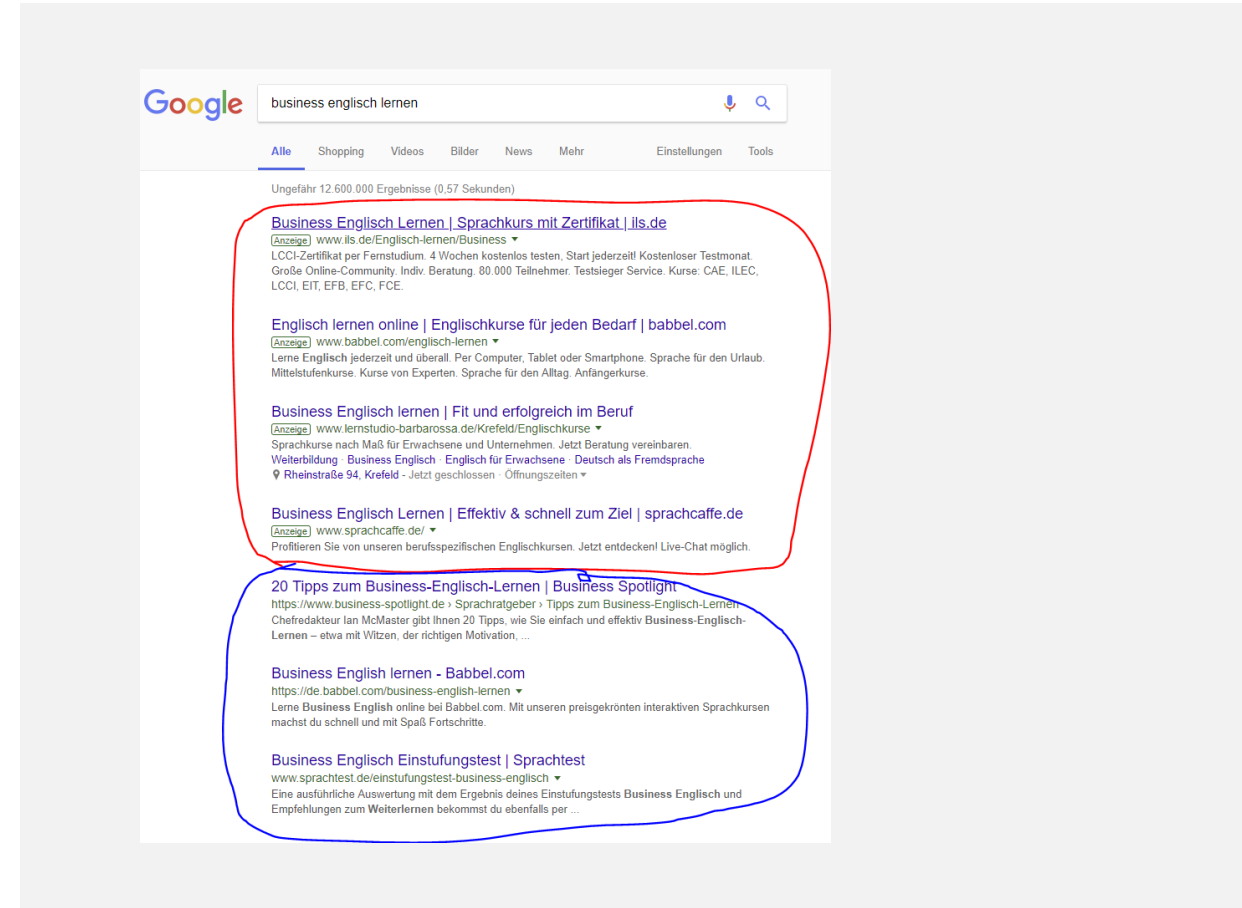
SEO nur für Google?

- ☞ Da der Anteil von Google bei knapp 90% in Deutschland liegt, fokussiert man sich in der Regel auf Faktoren, die das Ranking (Auflistung der Ergebnisse) dort positiv beeinflussen. Da jede Suchmaschine ihre Eigenarten aufweist, führt eine Optimierung für Google nicht unbedingt zu einer Steigerung der Sichtbarkeit z.B. auf Bing.
- ☞ Zur Grafik: Der Marktanteil von Google weltweit betrug im Januar 2021 satte 85,86%.



Organische versus anorganische SERP

- 🕒 SERP = **Search Engine Result Page**, zu deutsch: Suchergebnisseite
- 🕒 Organische Treffer (blau) versus anorganische Treffer (rot). Was die Nutzer in den organischen Treffern sehen ist in der Regel die Meta Description. Zusatzinfo: Anorganische Treffer sind Google Ads, buchbar über Auktionsverfahren pro Keyword. Auch bei Ads spielt die Relevanz der Seite eine Rolle -> Hoher Qualitätsfaktor = Günstiger werben



Aktuelle Rankingfaktoren

Es gibt mehr als 200 Rankingfaktoren, von denen die meisten niemals von Google bekannt gegeben werden. Bekannte Faktoren sind u.a.:

- ☞ Meta-Angaben
- ☞ Ladezeit
- ☞ Interne Verlinkung und Backlinks
- ☞ KeyWorddichte und deren Synonyme im Content
- ☞ Social Media Links
- ☞ Google Business Seite (für lokales Ranking)
- ☞ Google Webmaster Tools (Search Console)



OnPage SEO Faktoren

OnPage Faktoren sind Faktoren, die man als Webseitenbetreiber in der Regel selber in der Hand hat.

- Meta Angaben (Title, Description)
- Name und Endung der Domain
- Keyword in URL, in Überschriften (H1-H6), im Text, zusätzliche Synonyme
- Keyword im Alt-Tag der Bilder
- Keyword im Title-Tag der Links
- KeyWord im Linktext
- Interne Verlinkungen
- Bildergröße und Format (WebP)
- Responsives Design der Webseite
- Übersichtliche Navigation
- SSL-Aufruf über https
- Schneller Seitenaufbau der Seite (Bilder in Webqualität, Komprimierung und Cache auf dem Server, CSS & Javascript reduzieren)



➤ Anbindung zur Google Search Console

OffPage SEO Faktoren

OffPage Faktoren sind Faktoren, die man als Webseitenbetreiber in der Regel nicht selber in der Hand hat.

- CTR (Click-Through-Rate): Wie oft wird die Webseite angeklickt, wenn Sie in den Suchergebnissen erscheint?
- Social media: Wie viel Likes hat man? Wie oft wurde die Seite geteilt? Wie viel Kommentare gibt es?
- Backlinks: Wieviel andere Webseiten verweisen auf die eigene Seite? (Mit Follow oder No-Follow Attribut) Und wie ist die SEO-Sichtbarkeit der verweisenden URL?
- Wie lang verweilt der Besucher auf der Seite? Absprungrate

1.2. KeyWord-Recherche

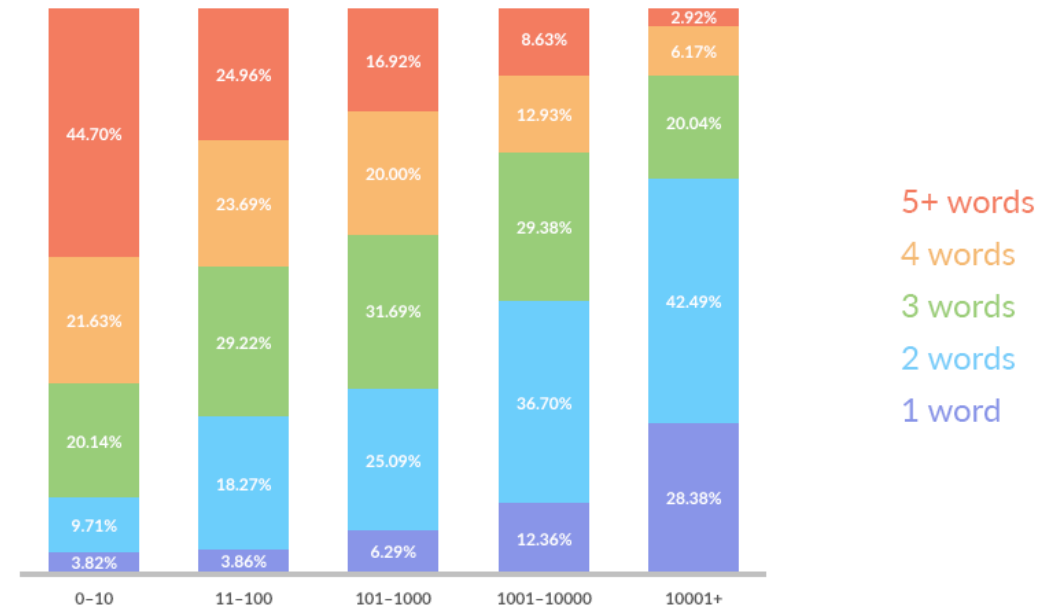
So findest du das perfekte KeyWord



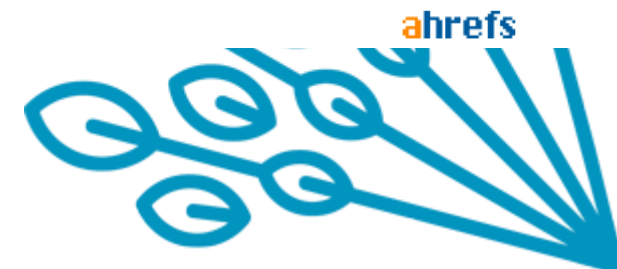
Wie lang darf ein KeyWord sein?

- Ein KeyWord kann aus vielen Wörtern bestehen, heißt dann Long Tail KeyWord
- Je mehr Wörter ein Keyword bilden, umso:
 - Leichter kann man ranken
 - Spezifischer die Zielgruppe
- Für ein generisches Keyword (besteht aus einem Wort) kaum Rankingchance
- Für lokale Geschäfte funktioniert ein generisches KeyWord + Stadtname z.B. Tierheilpraktiker Bonn

Keyword Length in Words VS Monthly Search Volume (of 1.9 Billion Search Queries)

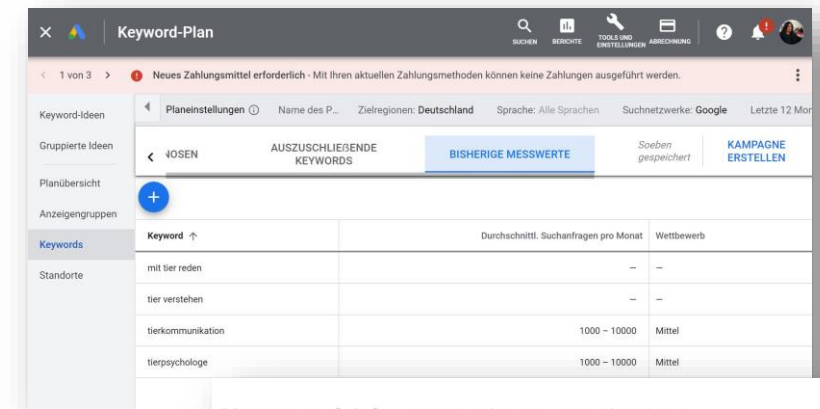


Source: <https://ahrefs.com/blog/long-tail-keywords/>



KeyWords recherchieren und auswerten

- Pro Seite kann man für maximal ein KeyWord realistisch ranken
- KeyWord-Ideen gibt es z.B. bei Ubersuggest und Google Trends sowie in der Google Suche selber durch Autocomplete
- Trafficvolumeneinsicht erhält man im Keyword-Planungs-Tool von Google Ads, berücksichtige auch Synonyme!



Keyword-Plan

1 von 3 | Neues Zahlungsmittel erforderlich - Mit Ihren aktuellen Zahlungsmethoden können keine Zahlungen ausgeführt werden.

Planeinstellungen | Name des P... | Zielregionen: Deutschland | Sprache: Alle Sprachen | Suchnetzwerke: Google | Letzte 12 Mo...

Keyword-Ideen

Gruppierete Ideen

Planübersicht

Anzeigengruppen

Keywords

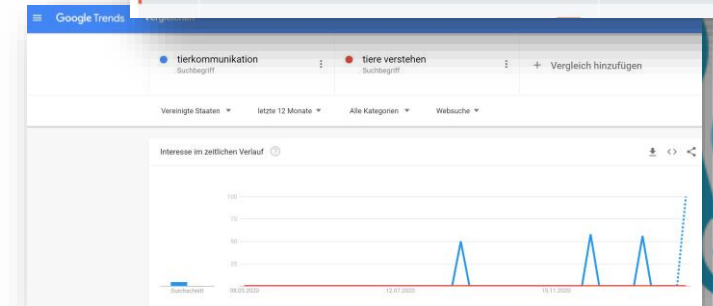
Standorte

Keyword	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb
mit tier reden	-	-
tier verstehen	-	-
tierkommunikation	1000 - 10000	Mittel
tierpsychologe	1000 - 10000	Mittel

Keyword-Ideen: Tierkommunikation

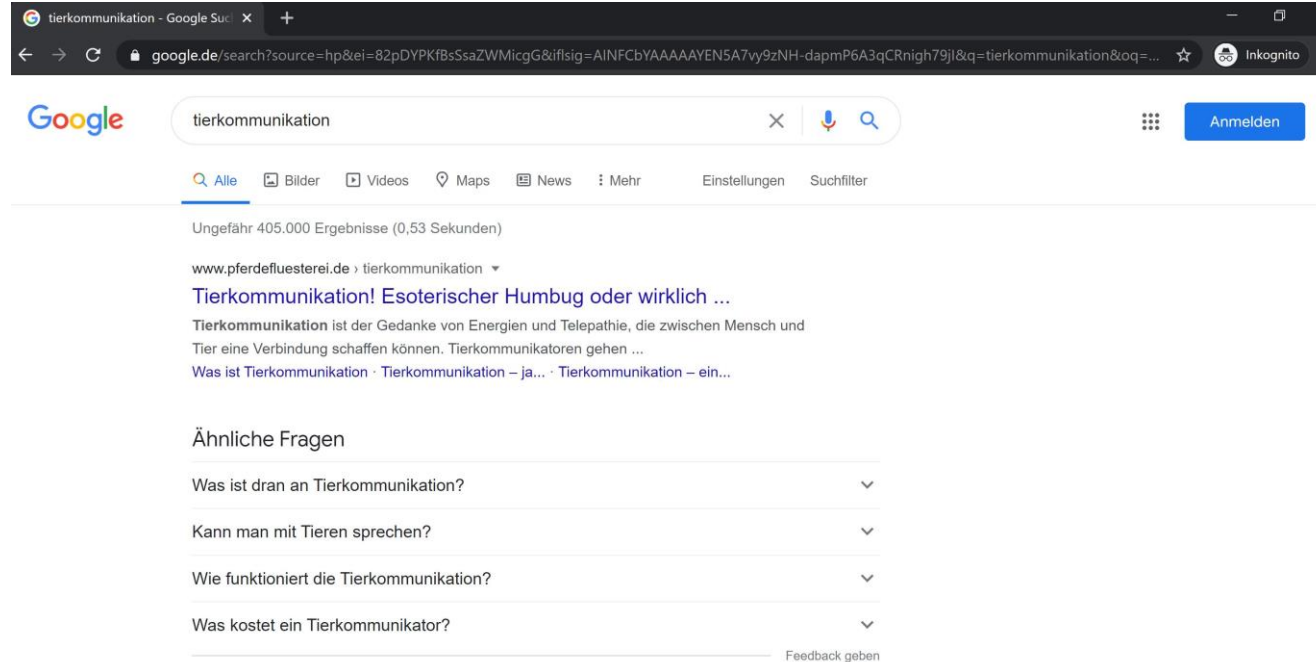
VORSCHLÄGE [282] | ÄHNLICH [744] | FRAGEN [21] | PRÄPOSITION

KEYWORD	VOL.
tierkommunikation	4.400
tierkommunikation lernen	720



Rankingpotential realistisch bewerten

- Wie rankt man aktuell für das KeyWord?
- Welcher Konkurrent hat die Nase vorn?
- Welche Seiten kann man auf keinen Fall überholen (z.B. Spiegel.de)?
- Welche KeyWord-Strategie will man?
LongTail mit weniger Suchanfragen, aber spezifischere Zielgruppe?
- Bitte immer anonyme Suche verwenden, um reale Ergebnisse geliefert zu bekommen



Ende Teil 1 KeyWord-Liste erstellen

Erstelle eine Liste aller relevanten KeyWords und fokussiere dich auf die Top Ten, benenne ein Main KeyWord (wichtig für die Startseite)

