

SEO selber machen: SEO-Basics 2019

Erschließen Sie mit SEO (Suchmaschinenoptimierung) den wertvollen Zugang zu **70 Millionen Internetnutzern** im deutschsprachigen Raum.

Dieser Guide 2019 erklärt **Schritt für Schritt** die entscheidenden Faktoren.

So vergeuden Sie Ihre Zeit nicht mit weniger relevanten Kriterien und setzen Sie Ihre Zeit **effizient** ein.

Die vorgestellten Maßnahmen sind getestet und werden bereits erfolgreich eingesetzt.



Inhaltsverzeichnis

Warum SEO?

SEO - Vorteile und Nachteile

Was ist SEO?

Die wichtigsten SEO Faktoren 2019

Natürliche Backlinks - der SEO Faktor #1

Umfassende und tiefgründige Inhalte

RankBrain

Der Mobile-First Index kommt

SEO 2019 - die Essenz



Warum das Google Ranking verbessern?

Die Google Suche ist einer der wichtigsten digitalen Marketingkanäle. Mehr als **2 Billionen**Suchanfragen wurden 2016 weltweit gestellt. Das sind fast **600 Suchanfragen** pro Internetnutzer pro Jahr!

Darunter sind Suchanfragen, die mit Ihren Produkten in Verbindung stehen. Garantiert. Gibt es keine Suchanfragen, existiert auch kein Markt. Wäre es nicht großartig an diesem Fluss an potenzieller Kunden teilzuhaben?

Oder anders gefragt:

Was passiert, wenn Ihre Produkte und Ihr Unternehmen **NICHT** in den Suchergebnissen aufscheinen?

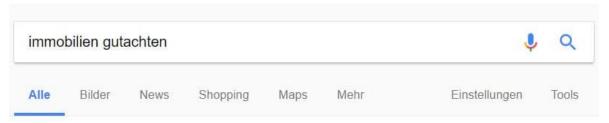
Dann übernimmt ein Wettbewerber den Auftrag, selbst wenn er schlechtere Qualität zu einem höheren Preis als Sie bietet. Wie ärgerlich!

Nehmen wir an, Sie interessieren Sich für Immobilien-Gutachten.

Sie geben bei Google ein: "*immobilien gutachten*".

Das ist das Ergebnis:





Ungefähr 437.000 Ergebnisse (0,41 Sekunden)

Immobiliengutachten - Bestimmung des reelen Marktwerts

https://www.immobilienscout24.de → Immobilienbewertung → Lexikon ▼
Erstellen Sie ein Immobiliengutachten auf Immobilienscout24! Ob als Käufer oder Verkäufer – mit einem Gutachten stärken Sie Ihre Verhandlungsposition.

Immobilienbewertung und Immobiliengutachten | TÜV SÜD GRUPPE

https://www.tuev-sued.de/wohnen-freizeit/immobilienbewertung •

Die Experten von TÜV SÜD führen in Ihrem Auftrag **Immobiliengutachten** oder Immobilienbewertung durch: kompetent, neutral, diskret.

Immobiliengutachter: Immobiliengutachten erstellen lassen

https://www.hausgold.de/immobilienbewertung/immobiliengutachter/ •

Bewertung: 4,7 - 302 Abstimmungsergebnisse

Immobiliengutachter → Immobiliengutachten erstellen lassen → Perfekten Immobiliengutachter finden mit HAUSGOLD √persönlich √kostenlos √unabhängig!

Immobiliengutachter Kosten - So viel kostet eine Immobilienbewertung

https://www.kostenlose-immobilienbewertung.com/immobilienbewertung/immobilien... ▼ Immobiliengutachter Kosten - Der wichtigste Faktor für die Kosten eines Immobiliengutachters ist der erwartete Verkehrspreis einer Immobilie. Liegt der Wert der Immobilie.

Startseite: CertEstate - Immobiliengutachten :: Immobilienbewertung ... www.certestate.com/ •

Sachverständigenbüro für Immobilienbewertung : |: Frankfurt am Main - Robert Landwehr ist zertifizierter Immobiliengutachter (HypZert) + MRICS.

Wertgutachten Immobilie - Wann? Wie teuer? Wer Gutachter?

https://www.immoverkauf24.de > Immobilienbewertung •

**** Bewertung: 4 - 492 Abstimmungsergebnisse

Hier kostengünstige Verkehrswertgutachten durch Immobiliengutachter. Kostenlose Wertermittlung Ihres Hauses bzw. Immobilie bei Verkauf. Alle Infos rund um...

Auf welches der Ergebnisse werden Sie jetzt klicken?

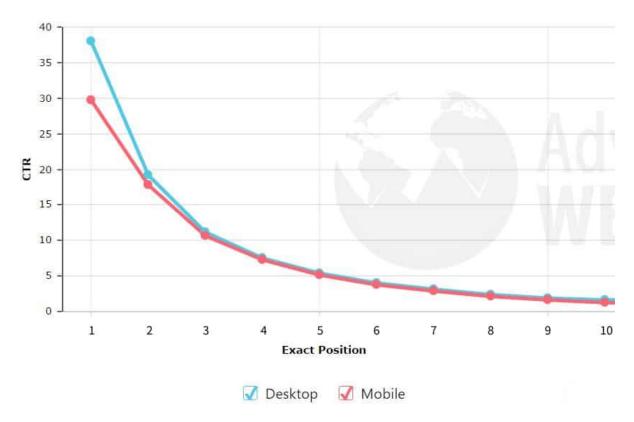
Auf das Erste?

Das Zweite? Oder auf ein Ergebnis weiter unten?



Dazu gibt es Statistiken. So verteilen sich die Klicks bei Google. Die Y-Achse zeigt den Anteil der Klicks, den Suchergebnisse abhängig von ihrer Position erhalten.

Klickrate und Suchergebnisposition



Es gilt: Je weiter vorne Ihre Website platziert ist, umso mehr Klicks bekommt sie. Zusammen bekommen die Top 4 Positionen fantastische **64% (mobile Geräte)** und **76% (PCs)** der Klicks.

Für wichtige Suchbegriffe, sollte Ihre Website hier präsent sein! Websites die auf Seite 2 ranken, bekommen so gut wie keine Klicks.

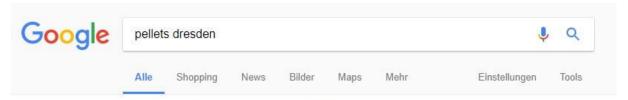
Dazu gibt es unter Suchmaschinenoptimierern auch einen Witz: Sie haben jemanden umgebracht. Jetzt wollen Sie sichergehen, dass niemand davon erfährt. Was machen Sie? Sie verstecken die Leiche auf Seite 2. Haha. Genug gelacht. Zurück zur ernsthaften SEO.

SEO-Beispiel

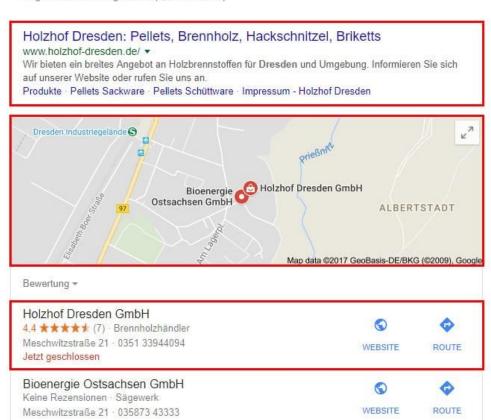
So sieht die Ergebnisliste der Google Suche aus, wenn ein Unternehmen dominiert. In diesem Fall ist es mein Klient für den Suchbegriff



"Pellets Dresden":



Ungefähr 305.000 Ergebnisse (0,52 Sekunden)



Pellets Sackware - Holzhof Dresden

www.holzhof-dresden.de/pellets-sackware.html •

Zertifizierte Pellets Sackware nach EN A1. Auch auf Palette. Jetzt Bestellanfrage senden oder anrufen.

SAXONIAPELLETS® Holzpellets aus Sachsen - Holzhof Dresden

www.holzhof-dresden.de/pellets-sackware/saxonia-pellets.html ▼ Zertifizierte Saxonia Holzpellets in Säcken und auf Palette.

Alwaax Holzpellets Sackware - Holzhof Dresden

www.holzhof-dresden.de/pellets-sackware/alwaax_pellets.html ▼
Alwaax Pellets in Säcken und auf Palette. ... Pellets Holzpellets Sackware · Alwaax Holzpellets
Pellets Sackware · Pellets Holzpellets zertifiziert EN A1 ...

Holzpellets für Dresden | Preise in 01067 - HeizPellets24.de

https://www.heizpellets24.de/pelletpreis/dresden/01067 •

Im Vergleich: Pellets Preise in Dresden mit günstigen Angeboten für die PLZ: 01067. Schnell und einfach online bestellen.



Schwierig als Dresdener Pellets-Kunde, NICHT auf der Webseite des Holzhofs zu landen. Der Holzhof hat diesen wichtigen Marketingkanal für sich besetzt.

Den Wettbewerbern bleibt nur auf teure Bezahlwerbung (Google Adwords) zu setzen. 1 einziger Klick für "Pellets Dresden" über eine Anzeige von Adwords kostet 1,60 €.

Gehen wir davon aus, dass ca. 3% der Klicks zu einem Kauf führen. Das bedeutet eine Bestellung kostet Sie 53 € Adwords-Budget!

Vielleicht wäre das Geld hier besser in der Suchmaschinenoptimierung investiert?

SEO - Vorteile und Nachteile

Wie jede Maßnahme hat auch Suchmaschinenoptimierung Vor- und Nachteile. Deshalb funktioniert SEO am besten in Kombination mit anderen Disziplinen des digitalen Marketings.

Hier ist eine Liste der Stärken und Schwächen:

Vorteile

- Große Umsatzsteigerung möglich.
- Riesige Reichweite
- Wirkungsvoller als die meiste Offline-Werbung.
- Nachhaltiger als Online-Bezahlwerbung.
- Langfristig sinkende Kosten.
- Wird **nicht als Werbung** wahrgenommen.
- Positionierung als Branchen-Spezialist möglich.
- Steigerung der Markenbekanntheit.
- Wer bei Google nicht gefunden wird, **existiert** nicht.

Nachteile

- Nicht kurzfristig zur Steuerung der Auslastung nutzbar.
- Zeitraum zwischen Investition und Erfolg ist relativ lang
- Der Algorithmus ändert sich ständig



Für erfolgreiche SEO ist eines besonders wichtig:

Geduld

Bis die Maßnahmen greifen können 12 Monate und mehr vergehen.

Das Potenzial das in der Suchmaschinenoptimierung schlummert ist riesig. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen können 2018 davon profitieren, da der Wettbewerb oft gering ist.

Das sehen wir später im SEO Beispiel.

Zeit das Potenzial zu wecken!

Was ist SEO überhaupt?

Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization - **SEO**) ist der Prozess der die Sichtbarkeit von Webseiten in den Ergebnissen von Suchmaschinen verbessert.

Google ist nur eine der Suchmaschinen. **Bing.com** und **Qwant.com** liefern ebenfalls sehr gute Ergebnisse.

Da mehr als **90%** der heutigen Suchanfragen von **Google** bearbeitet werden sich dieser Guide auf dieses Suchmaschine.

Untersuchen wir zunächst die Funktionsweise der Google Suche.

Googles Ziel ist, den Suchenden die relevantesten Ergebnisse für deren Suchintention zu liefern.

Google nutzt mehr als 200 sich ständig verändernde Kriterien um Webseiten und deren Inhalte zu bewerten. Die Kriterien werden von Google nicht veröffentlicht. Dennoch wissen wir ziemlich viel über die Kriterien durch:

- Googles Patente
- Aussagen von Google Mitarbeitern
- und statistische Auswertungen



Das ist toll, aber sind 200+ Kriterien nicht viel zu viel um optimiert zu werden?

Versuchen Sie nicht alle Kriterien perfekt zu erfüllen. Eine Website perfekt zu optimieren ist viel zu aufwändig.

Das Ziel kluger Suchmaschinenoptimierer ist: besser als die Konkurrenz zu sein. Und die kocht auch nur mit Wasser.

Konzentrieren Sie sich also auf die Faktoren, die den **größten** Unterschied machen.

Im nächsten Kapitel schauen wir uns die wichtigsten Faktoren für die SEO 2019 an.

So rüsten Sie Ihre Internetpräsenz Die wichtigsten SEO Faktoren 2019

Das sind die wichtigsten Faktoren für die SEO 2019 - das Fundament:



1. Bauen Sie natürliche Backlinks auf





2. Erstellen Sie umfassende Inhalte



3. Optimieren Sie Verweildauer und Klickrate





4. Erstellen Sie eine optimierte Version für mobile Geräte

Schauen wir uns das ganze nun im Detail an.

Natürliche Backlinks - der SEO Faktor #1

Sie haben Ihre neue Website online gestellt. Aber Sie finden sie auch nach 12 Monaten nicht in der Google Suche?

Sehr wahrscheinlich liegt hier das Problem: Sie haben keine oder die falschen Backlinks.

Backlinks machen **80% des Erfolges** der SEO aus. Und ohne Backlinks kommen Sie gleich gar nicht erst auf Seite 1. Aber was sind Backlinks überhaupt?

Backlinks - die Grundlagen

Backlinks sind zunächst einmal Hyperlinks, die auf die Website verweisen. Hier ist ein Beispiel für einen Link:

https://de.wikipedia.org/wiki/Online-Marketing

Und hier ist noch einer: Online-Marketing



Beide Links führen zum gleichen Ziel.

Bei letzterem ist das Ziel jedoch nicht sofort offensichtlich. Sie können dem Link auch einen Namen geben. Hier: "*Online-Marketing*".

Wir sprechen dabei vom sogenannten "Anker-Text". Aus der Sicht von Wikipedia sind beide Links "Backlinks", da sie zurück auf Wikipedia verweisen.

Hier ein Beispiel eines Backlinks von einer fremden Website auf meine Seite:



Lassen Sie uns tiefer einsteigen. Darauf kommt es bei den Backlinks an:

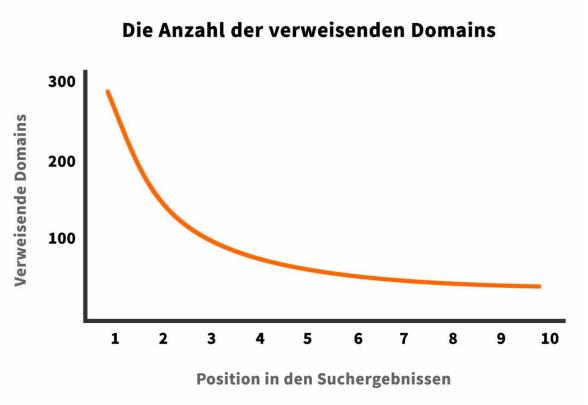
- - Qualität der Backlinks

Anzahl der verweisenden Domains

Anzahl der verweisenden Domains

Die Anzahl der verweisenden Domains (engl. Referring Domains) ist der stärkste Faktor bei den Backlinks. Google will sehen, dass verschiedene Websites auf Ihre Internetpräsenz verlinken.





Zusammenhang Domains und Position nach einer Studie von Backlinko

Sie sehen, **je mehr** verweisende Domains, **desto besser** die Position. Wichtig zu wissen: Um auf Position 1 gelistet zu werden sind fast 3 mal so viele verweisende Domains nötig als auf Position 3.

Jetzt könnten Sie sich denken, super, jetzt kaufe ich mehrere Domains und verlinke sie auf meine Website.

Oder Sie gehen zu einem Linkverkäufer - ja, das gibt es - er verkauft Ihnen so viele Links, wie sie wollen. Vor ein paar Jahren hat das sehr gut funktioniert. Diese Zeiten sind aber vorbei.

Qualität der Backlinks sicherstellen

Stellen Sie sich vor, eine russische Website, die sich mit gesunder Ernährung beschäftigt, verlinkt auf Ihre Unternehmenswebsite. Ihr Unternehmen verkauft Kleidung in einem Ladengeschäft. Wirkt sich dieser Link positiv auf Ihr Google-Ranking aus?



Unwahrscheinlich.

Dieser Link hat keinen thematischen Bezug. Es erschließt sich nicht, was beide Websites miteinander zu tun haben. Im Gegenteil, für Google ist das ein Hinweis, dass jemand versucht, den Suchalgorithmus zu hintergehen.

Und das kann zu einer Abwertung Ihrer Internetpräsenz führen.

In ein Backlinkprofil gehören ausschließlich natürliche Backlinks von hochwertigen Seiten.

So stellen Sie die Qualität Ihrer Backlinks sicher:

1. Der Inhaltliche Bezug zwischen den Seiten ist stimmig

- Das übergreifende Thema der verlinkenden Domain passt zu dem Ihren
- Der Inhalt der verlinkenden Seite hat einen thematischen Zusammenhang zu Ihrem
- Der Inhalt der verlinkenden Seite variierte von Backlink zu Backlink
- Der Anker-Text ist thematisch stimmig
- Der Anker-Text variiert von Backlink zu Backlink natürlich

Deshalb: **Hände weg** von Services die die automatische Eintragung in 50 **Branchenverzeichnisse** gleichzeitig ermöglichen.

Wenn Sie sich Links in Branchenverzeichnissen holen, achten Sie darauf, dass Sie Ihre Inhalte variieren!

Verwenden Sie unterschiedliche Beschreibungen und sorgen Sie für Variation in den Keywords.

2. Die verlinkende Website ist renommiert und keine Spam-Website

- Die Inhalte der Seite bringen dem Nutzer einen echten Mehrwehrt.
- Die verlinkende Website ist aktuell und macht einen seriösen Eindruck





Sieht die Seite aus wie bei der Jahrtausendwende, sollten Sie argwöhnisch werden.

- Das Backlinkwachstum ist natürlich keine plötzlichen Sprünge oder Verluste.
- Die Backlinks der verlinkenden Website kommen nicht von Spam-Seiten.

Diese zwei Punkte sind etwas fortgeschritten. Dafür benötigen Sie ein Werkzeug. Sie können zum Beispiel die <u>kostenlose MozBar</u> für Chrome verwenden.





Navigieren Sie auf die zu analysierende Website.

Schauen Sie welche DA (Domain Authority) und welchen Spam Score die MozBar ausgibt.

Websites mit einer Domain Authority unter 40 und einem Spam Score über 4 sollten Sie besser meiden. Allerdings hängt dies immer vom Projekt und der Konkurrenz ab.

Noch ein Hinweis:

Die wertvollsten Backlinks, die Sie bekommen können, sind von Internetpräsenzen mit hoher Domain Authority, die nur wenige ausgehende Links haben. Je weniger ausgehende Links, umso stärker ist der Backlink für die SEO.

3. Der Backlink passt in Ihr Backlinkprofil

Sie haben 1.000 Backlinks von Kommentaren aus WordPress Blogs und keinen einzigen von Websites mit hoher Authorität, Foren, oder anderen Arten von Internetpräsenzen?

Verdächtig!

Bauen Sie deshalb ein natürliches Backlinkprofil auf: Holen Sie sich Links von verschiedenartigen Internetpräsenzen.

Und achten Sie darauf, dass Ihr Backlinkwachstum organisch verläuft. Heute 30 neue Backlinks, in den nächsten 3 Monaten kein einziger? Keine gute Idee.

Täglich 1-5 Links funktioniert besser.

Damit haben wir den ersten Faktor der SEO abgeschlossen. Schauen wir uns jetzt an, worauf es bei den Inhalten ankommt:



Umfassende und tiefgründige Inhalte

Ohne Inhalte bekommen Sie keine Backlinks. Und **ohne Backlinks**, schaffen Sie es nicht auf Seite 1.

Rankt Ihre Internetpräsenz nicht auf Seite 1, sind **andere Kriterien** wie RankBrain und Mobile-first Index **egal**.

Worauf kommt es bei den Inhalten an?

Kein Keyword Stuffing

Früher war für Google ausschlaggebend, wie **häufig** ein bestimmter Schlüsselbegriff im Inhalt vorkam. Das führte zum sogenannten <u>Keyword</u> <u>Stuffing</u> (dt. vollstopfen).

SEO-Texter wiederholten die Suchbegriffe ständig, sodass die Texte für Menschen kaum lesbar wurden.

Hier ein Beispiel:

Wir verkaufen maßgeschneiderte Anzüge. Unsere maßgeschneiderten Anzüge sind handgemacht. Wenn Sie einen maßgeschneiderten Anzug kaufen wollen, kontaktieren Sie unseren Spezialisten für maßgeschneiderte Anzüge. Sie werden mit Ihrem neuen maßgeschneiderten Anzug zufrieden sein.

Das liest niemand freiwillig!

Google hat reagiert und Keyword Stuffing verboten. Wie bei den Backlinks, bewertet Google bei den Texten die Natürlichkeit. Die Texte müssen die Schlüsselbegriffe enthalten und dabei gut lesbar sein.

Kommen wir zum nächsten großen Faktor: Thematische Autorität.



Thematische Authorität

Google bezieht jetzt den Kontext der Schlüsselbegriffe mit ein. Das bedeutet, die Suchmaschine denkt in Themengebieten. Stellen Sie sich vor, Sie wollen sich über die Zubereitung von Kaffee informieren.

Sie suchen nach "Kaffeezubereitung". Sie klicken auf das Suchergebnis ihrer Wahl. Wäre es nicht toll, Sie würden dort eine vollständige Liste mit allen bekannte Arten der Kaffeezubereitung, getestete Schritt-für-Schritt Anleitungen, Tipps, Werkzeuge etc. finden?

Wenn Sie auf einer Seite alles finden, was Sie brauchen, müssen Sie nicht auf eine andere Seite wechseln.

Google bevorzugt deshalb Inhalte die umfassend und tiefgründig sind. Dafür gibt es auch einen Begriff: Topical Authority (dt. Thematische Autorität).

Je höher die thematische Autorität der Seite, umso weiter vorne wird sie in den Suchergebnissen gelistet.

Auf diese zwei Faktoren sollten Sie besonders achten:

1. Anzahl der abgedeckten Sub-Themen

Schauen Sie sich das ellenlange Inhaltsverzeichnis <u>dieser Seite für</u> Bohrmaschinen Tests an:



Inhaltsverzeichnis Bohrmaschine Bestenliste 2017 2 Was ist eine Bohrmaschine? 3 Wie funktioniert eine Bohrmaschine? Vorteile & Anwendungsbereiche Welche Arten von Bohrmaschinen gibt es? 5 Die manuelle Handbohrmaschine Die elektrische Handbohrmaschine 5.3 Die Schlagbohrmaschine 5.4 Der Bohrhammer 5.5 Die akkubetriebene Bohrmaschine So haben wir die Bohrmaschinen getestet Worauf muss ich beim Kauf einer Bohrmaschine achten? 7.1 Bohrmaschine mit Schlag 7.2 Akkubetriebene Bohrmaschine 7.3 Eigengewicht einer Bohrmaschine Zubehörangebot 8 Kurzinformation zu führenden Herstellern Internet vs. Fachhandel: wo kaufe ich meine Bohrmaschine am besten? Die Bohrmaschine im örtlichen Baumarkt 9.2 Die Bohrmaschine im Internet kaufen 10 Wissenswertes & Ratgeber 10.1 Die Geschichte der Bohrmaschine 10.2 Zahlen, Daten, Fakten rund um die 10.2.1 Verfügbarkeit von Bohrmaschinen in deutschen Haushalten 10.2.2 Die Bauform des Bohreraufsatzes 10.2.3 Die möglichen Nachteile eines Schnellspann-Bohrfutters 10.2.4 Bohrmaschine vs. Schlagbohrmaschine 10.2.5 FAQ 11 Nützliches Zubehör 12 Alternativen zur Bohrmaschine 12.1 Der gute alte Handbohrer 12.2 Der Meißel Weiterführende Links und Quellen

Hier hat sich jemand viel Zeit genommen.



Die Behandlung der großen Anzahl an verwandten Themen ist einer der Gründe, warum diese Seite **gut** rankt.

Nach Daten von Marketmuse deckt jedes der Top 10 Suchergebnisse ca. 7-8 Sub-Themen ab.

Hier gilt:

Je mehr Sub-Themen, umso besser die SEO. Kommen wir zum 2. Faktor:

2. Der Text sollte länger sein, als der der Konkurrenz

Eine Studie von Backlinko hat gezeigt, dass Seiten, die unter den Top 10 ranken, mindestens 2.000 Worte haben.

Bleiben wir bei den Bohrmaschinenbeispiel.

Die Seite hat fast 6.000 Worte.

Gleichzeitig zeigt dieses Beispiel auch die **Grenzen** des aktuellen Google Algorithmus.

Der Affiliate-Charakter der Seite lässt vermuten, dass diese Seite **von keinem echten Experten** geschrieben wurde. Außerdem wirkt der Inhalt schon **übertrieben ausführlich**.

Wer liest sich sowas komplett durch?

Nur weil der Inhalt umfassend und tiefgründig scheint, bedeutet das nicht, dass er auch qualitativ hochwertig ist. Ein Problem, an dem Google bestimmt arbeitet.

Dennoch, die Länge des Textes und die abgedeckten Themengebiete kommt es 2019 an.

Nutzen wir dieses Wissen!



SEO Inhalte verfassen

Wie finden Sie heraus, welche Sub-Themen Ihr Inhalt abdecken sollte? Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten.

1. Sie schauen sich die Top 10 Seiten der Google Suche für Ihr Keyword an.

Notieren Sie sich die Themen und Inhalte, die zu der Suchintention passen, auf die Sie abzielen.

Stellen Sie eine Liste mit den Quellen zusammen, die Ihre Konkurrenz verwendet.

2. Nutzen Sie die Vorschläge von Google am Ende der Suchergebnisliste.

Ähnliche Suchanfragen zu fitness training

fitnesstraining übungen fitnesstraining definition

fitness training zuhause fitnesstraining frauen

fitness training plan fitnesstraining ohne geräte

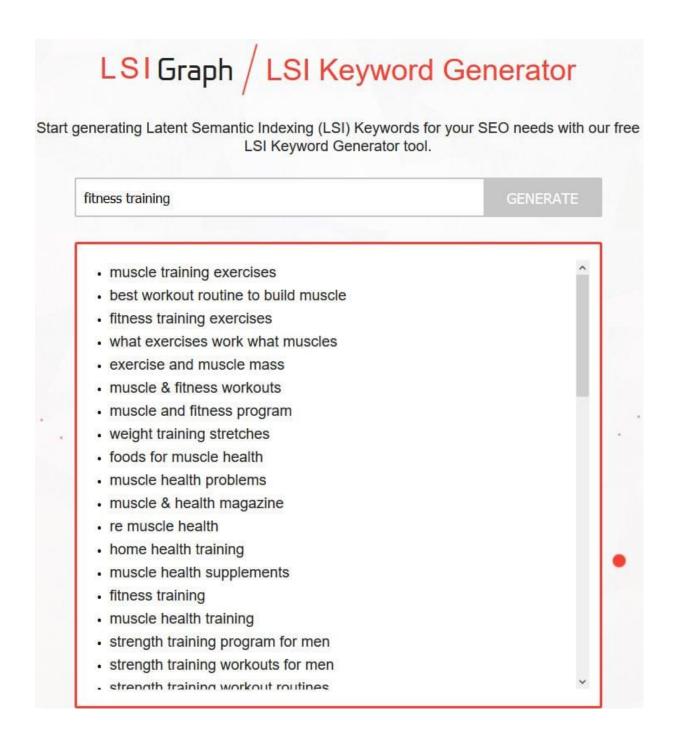
fitnesstraining muskelaufbau fitnesstraining kreuzworträtsel



3. Verwenden Sie das kostenlose Tool LSI Graph

Das Werkzeug funktioniert zwar nur mit englischen Begriffen, ist aber eine tolle Inspirationsquelle.





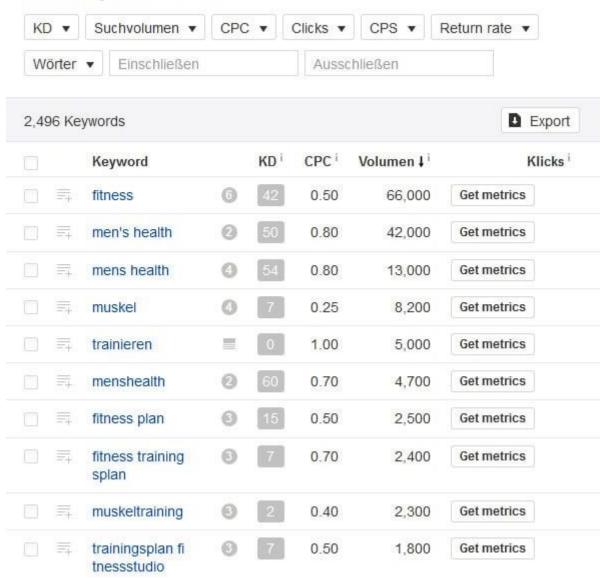
4. Verwenden Sie professionelle Tools zur Suchbegriffrecherche

Ein großartiges Werkzeug ist der Optimierungshelfer ahrefs.

Hier ein Beispiel für Suchbegriff-Ideen, die einen Bezug zu "Fitness Training" haben:



Alle Keyword-Ideen



Und hier kommt das Beste:

Ahrefs liefert besonders wertvolle Informationen zum Beispiel:

- Suchvolumen
- Cost-per-Click (Indiz für wirtschaftliche Relevanz)

Mit diesen Metriken können Sie besser einschätzen, ob sich die Optimierung lohnt.

Super.



Sie haben die Suchbegriff-Recherche abgeschlossen. Jetzt fehlt noch:

- 1. **Inhalte gliedern** (wichtige Suchbegriffe müssen in die Überschriften)
- 2. Inhalte ausformulieren und Grafiken und andere Medien hinzufügen

Denken Sie daran, Ihr Text sollte länger als der der Konkurrenz sein.

Fertig!

RankBrain

Ihre Website rankt jetzt auf Seite 1. Was passiert nun?

Google hat 2018 eine **künstliche Intelligenz** mit dem Namen RankBrain eingeführt.

Dieses System lernt ständig dazu und wird weiter verbessert. Das macht diesen Ranking-Faktor 2019 umso wichtiger.

Aber was macht RankBrain? Und wie können Sie Ihre Internetpräsenz dafür optimieren?

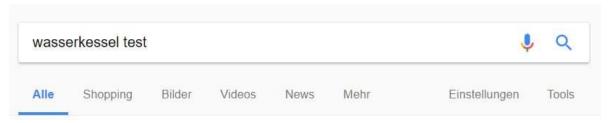
So funktioniert RankBrain

RankBrain untersucht wie Nutzer mit den Suchergebnissen interagieren. Und passt dann die Positionen der Suchergebnisse an.

Hier ein Beispiel.

Nehmen wir an, Sie suchen nach "Teekessel Test":





Ungefähr 329.000 Ergebnisse (0,50 Sekunden)

Die besten Wasserkessel 2017 im Test – Der heiße Ratgeber für ...

https://www.coffeeness.de/wasserkessel/ •

16.01.2017 - Viele von euch fragen mich immer wieder, welchen Wasserkessel ich empfehlen könnte. Und darum wurde es höchste Zeit, dass ich mich diesem Thema in einem Ratgeber einmal ausführlicher widme. Zum Verständnis: Ich rede in diesem Artikel nicht von einem elektrischen Wasserkocher, der das ...

Warum brauche ich einen ... · Aus welchem Material ... · Wasserkessel aus Glas ...

Wasserkessel Test & Vergleich » Top 10 im Dezember 2017

https://www.wasserkocher.net/wasserkessel/ *

**** Bewertung: 3,5 - 9 Abstimmungsergebnisse

Ergebnisse 1 - 9 von 9 - IIII➤ Aktueller Wasserkessel Test bzw. Vergleich 2017 bei Wasserkocher.net: Hier finden Sie die ✓ besten Modelle, ✓ unabhängige Experteneinschätzungen, einen ✓ Preisvergleich uvm. ➤ Jetzt Wasserkessel Test ansehen, persönlichen Testsieger wählen & günstig online bestellen!

Wasserkessel für Induktionsherd Test & Vergleich » Top 10 im ...

https://www.wasserkocher.net/wasserkessel-induktionsherd/ •

**** Bewertung: 4 - 5 Abstimmungsergebnisse

IIII➤ Aktueller Wasserkessel für Induktionsherde Test bzw. Vergleich 2017 bei Wasserkocher.net: Hier finden Sie die ✓ besten Modelle, ✓ unabhängige Experteneinschätzungen, einen ✓ Preisvergleich uvm.

➤ Jetzt Wasserkessel für Induktionsherde Test ansehen, persönlichen Testsieger wählen & günstig online bestellen!

Wasserkessel Vergleich & Tests - Die 11 Empfehlungen für 2017

https://strawpoll.de/wasserkessel •

*** Bewertung: 4,2 - 320 Abstimmungsergebnisse

Hallo, ich bin Gregor und habe diese Seite zusammengestellt. Zunächst findest du hier eine Übersicht verschiedener Wasserkessel unserer Wahl, danach folgt eine Umfrage dazu und ein Ratgeber zum Thema Wasserkessel. Noch weiter unten auf der Seite verlinken wir dann auf weiterführende Artikel oder Testberichte, ...

Auswertung der Umfrage ... Wasserkessel Ratgeber Die Wasserkessel unserer ...

Das 4. Ergebnis sieht besonders interessant aus. Also klicken Sie darauf. Auf der Website finden Sie einen ausführlichen Bericht. Es vergehen einige Minuten bis Sie alles gelesen und gesehen haben.

RankBrain zeichnet das auf. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass das Suchergebnis künftig weiter vorne gerankt wird.



Stellen Sie sich jetzt vor, Sie hätten auf das 1. Ergebnis geklickt. Da die Seite nicht das bietet wonach sie gesucht haben, verlassen sie sie sofort wieder.

Was passiert?

RankBrain zieht den Schluss, dass diese Seite nicht zielführend war. Wenn auch andere Nutzern die Website so schnell verlassen, entfernt des sie von der 1. Position.

Das ist das erste Kriterium von RankBrain: die Verweildauer (Dwell Time).

RankBrain & Verweildauer

Davon können wir ausgehen: Je besser dem Nutzer die Inhalte des Suchergebnisses gefallen, umso länger hält er sich auf der Zielwebsite auf. Oder in anderen Worten:

Je länger die Verweildauer, desto besser das Erlebnis des Nutzers. Wir sollten also schauen, dass die Verweildauer möglichst hoch ist. Zumindest höher als bei der Konkurrenz.

Wie lange ist eine gute Verweildauer?

Die <u>Studie von SearchMetrics</u> fand heraus, dass die durchschnittliche Verweildauer auf den Top 10 Seiten durchschnittlich **3 Minuten und 10 Sekunden** beträgt.





In diesem Bereich sollte sich auch Ihre Seite bewegen.

Schauen Sie in Ihr Google Analytics oder Piwik. Ist die durchschnittliche Verweildauer geringer, könnte das ein Hinweis darauf sein, dass das Erlebnis Ihrer Nutzer Optimierungen bedarf.

Verweildauer optimieren

Es gibt eine Menge Ursachen für eine geringere Verweildauer. Hier die üblichen Verdächtigen:

- Die Inhalte sind langweilig
- Zu wenige Unter-Überschriften
- Zu wenige Bilder oder Videos
- Die Ladezeiten sind zu langsam
- Die Webseite ist nicht für mobile Geräte wie Smartphones optimiert

Suchen Sie sich einen Bekannten, der Ihre Website noch nicht kennt. Begleiten Sie ihn dabei, wie er die Seite öffnet. Beobachten Sie, wie er die Seite nutzt.

Ist er überfordert? Welche Teile überspringt er? Fragen Sie ihn nach seinem Eindruck.

Kommen wir zum zweiten Kriterium für RankBrain:

RankBrain & Klickrate

Was bedeutet Klickrate?

Stellen Sie sich vor, heute haben Google Nutzer 100 mal nach "Teekessel Test" gesucht.

Damit wurden die Suchergebnisse 100 mal eingeblendet. 30 mal wurde das Suchergebnis auf Position 1 angeklickt.

Das Suchergebnis hat deshalb eine Klickrate von 30%.



Anzahl der Klicks Klickrate= Anzahl der Einblendungen

Die Klickrate ist also die Anzahl der erfolgten Klicks geteilt durch die Anzahl der Einblendungen.

Easy.

Nach Auskunft von Paul Haahr, einem Google Mitarbeiter, nutzt RankBrain die Click-Through-Rate so:

Hat eine Seite eine überdurchschnittlich hohe Click-Through-Rate, ist das ein Zeichen dafür, dass sie permanent besser gerankt wird.

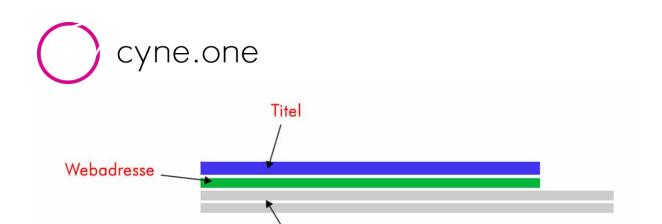
Eigentlich logisch, oder?

Klickt niemand auf das Suchergebnis, sollte es im Ranking nach unten rutschen.

Was können wir tun?

Klickrate optimieren

Schauen wir uns zunächst an, wie die Ergebnisse in der Google Suche aufgebaut sind.



Meta-Beschreibung

Die Ergebnisse bestehen aus:

- 1. Titel
- 2. Webadresse (z.B. https://cyne.one/ueber/)
- 3. Meta-Beschreibung

Woher nimmt Google diese Inhalte?

Wenn Sie auf Ihrer Website nichts angeben, generiert Google den Titel und die Meta-Beschreibung aus den Inhalten auf die Webadresse verweist. Sie können beides aber auch beeinflussen.

Dazu definieren Sie den "Title Tag" und die "Meta Description" auf Ihrer Website. Das geht entweder per HTML oder einem Plugin.

Wenn Sie WordPress nutzen, installieren Sie das <u>kostenlose Plugin The SEO Framework</u>. In dem Plugin können Sie nicht nur die Meta-Tags verwalten, es zeigt auch wertvolle Informationen wie sie Ihre Seite noch weiter optimieren können.

Hier ein Beispiel für ein Suchergebnis:

Drucker günstig online kaufen | real.de

https://www.real.de/drucker/ •

7224 **Drucker** im Angebot! Große Auswahl ✓ Top Marken ✓ **Drucker** auf real.de entdecken & sparen ➤ Jetzt **bestellen!**

Welche der folgenden Tipps hat diese Anzeige beherzigt? Überprüfen Sie.



Tipps für den Title Tag

- Beinhaltet der Titel einen wertvollen Benefit?
- Wurde der Titel **nur einmal** auf der gesamten Website verwendet?
- Kommt das wichtigste Schlüsselwort im Titel vor?
- Steht das Schlüsselwort an erster Stelle? (wichtiger Rankingfaktor)
- Ist kürzer als 55 Zeichen (ohne Leerzeichen)? (sonst wird er abgeschnitten)

Tipps für die Meta Description

- Erzeugt die Beschreibung Aufmerksamkeit und Interesse?
- Weckt sie Verlangen, sodass man klicken möchte?
- Wir sie nur einmal auf der Website verwendet?
- Nutzt sie Symbole als visuelle Referenzpunkte?
- Ist sie kürzer als 350 Zeichen (inkl. Leerzeichen)? (Sonst wird sie abgeschnitten)

Der letzte Tipp ist ganz neu.

Meta-Descriptions dürfen seit Dezember 2017 bis zu 350 Zeichen haben. Bisher war die Zeichenanzahl auf 155 begrenzt.

Wichtig:

Rufen Sie sich beim Texten immer die Suchintention in Erinnerung. Nur wenn die Suchintention zu Ihrem Text passt, erhöht sich die Click-Through-Rate.

Können wir die Click-Through-Rate noch weiter verbessern?

Auf jeden Fall. Der Schlüssel dazu sind die sogenannten...



Strukturierte Daten & Rich Snippets

Mit Strukturierten Daten veranlassen Sie Google Rich Snippets zu erzeugen. Das verschafft Ihrer Website mehr Aufmerksamkeit und mehr Klicks.

Moment. Das ging zu schnell.

Vergleichen Sie folgende Suchergebnisse für "Lebkuchen Rezept":

Omas Lebkuchen - ein sehr altes Rezept (Rezept mit Bild) | Chefkoch.de



https://www.chefkoch.de > ... > Backen & Süßspeisen > Kekse & Plätzchen ▼ ★★★★ Bewertung: 4,7 - 447 Rezensionen - 50 Min.

Omas **Lebkuchen** - ein sehr altes **Rezept**, ein leckeres **Rezept** mit Bild aus der Kategorie Kekse & Plätzchen. 447 Bewertungen: Ø 4,7. Tags: Backen, Deutschland, Europa, Kekse, Kuchen, Weihnachten, Winter.

Lebkuchen Schmidt | Rezepte

https://www.lebkuchen-schmidt.com/Rezepte/ •

Himmlische Rezeptideen. Verwöhnen Sie Ihre Familie und Freunde doch einfach mal mit aromatischwürzigen Kompositionen! Mit unseren feinen Zutaten wie Gewürze, Brühen, Saucen, Honig oder **Lebkuchen** zaubern Sie leckere Gerichte auf den Tisch, die für wahre Gaumenfreuden sorgen werden.

Was würden Sie sagen? Welches der beiden Ergebnisse zieht mehr Aufmerksamkeit auf sich?

Die meisten würden Suchergebnis 1 favorisieren.

Kein Wunder, es hebt sich visuell von den anderen ab. Schauen wir uns das genauer an:





Beispiel eines Rich Snippets

Wie kommen ein Photo und eine Bewertung in das Suchergebnis?

Die Antwort: **Durch Strukturierte Daten**.

Strukturierte Daten sind eine Auszeichnungssprache (Mark-Up Language). Das bedeutet, sie geben Suchmaschinen weiterführende Informationen über den Inhalt. Die Suchmaschine entscheidet dann, ob sie diese Informationen in den Ergebnissen anzeigt.

Mit dieser Auszeichnungssprache können Sie angeben, um welche Kategorie von Inhalt es sich handelt.

Der Mobile-First Index ist da

Über welche Geräte werden mehr Suchanfragen gestellt. Über Desktop PCs oder über mobile Geräte (Smartphones, Tablets)?

Was schätzen Sie?

Mobile Geräte werden heute häufiger genutzt als Desktops. **57% der Suchvorgänge** sind Smartphones und Tablets zuzurechnen.

Deshalb hat Google auf den "**Mobile-First Index**" umgestellt.

Was bedeutet das?

Google indexiert nur noch die Inhalte, die es auf der mobilen Version Ihrer Website findet.

Wenn Sie mit dem Desktop PC eine Suche starten, sehen Sie die Ergebnisse aus dem "Mobile Index".

So vermeiden Sie diese Falle in 2 Schritten:

1. Legen Sie sich ein Responsive Webdesign zu

Ein responsive Design passt sich flexibel der Größe des Browserfensters an.



Ist Ihre Website responsive?

Testen Sie es, indem Sie den Browser kleiner ziehen. Oder indem Sie Ihre Website an einem Tablet und Smartphone ausprobieren.

Wichtig:

Migrieren Sie auch dann zu einem responsiven Design, wenn Sie eine eigenständige m.Domain Mobile Website haben.

2. Bringen Sie die vollen Inhalte auf die mobile Version

Bei manchen Websites werden Inhalte in der mobilen Version ausgeblendet.

Sollte das auf Ihrer Website der Fall sein, machen Sie jetzt die vollen Inhalte sichtbar. Nur dann werden sie von Google zukünftig indexiert.

Und das war es auch schon mit dem Mobilen-Index.

Hier finden Sie eine Zusammenfassung der letzten Kapitel:



SEO-Basics 2019: die Essenz

Die Google Suche ist eine der wichtigsten digitalen Marketingkanäle überhaupt.

Ein Internetnutzer stellt im Durchschnitt **600 Suchanfragen** pro Jahr. Es gibt **mehr als 200 Faktoren**, die sich auf die Position Ihrer Internetpräsenz in den Ergebnissen der Google Suche auswirken. Das sind die wichtigsten Faktoren in diesem Jahr:

Die Top 4 Faktoren



1. Backlinks

Bauen Sie ein starkes und natürliches Backlinkprofil auf

Nur mit Backlinks kommen Sie auf Seite 1 der Suchergebnisliste. Backlinks sind Links, die von anderen Internetpräsenzen auf die Ihre verweisen.

Je **mehr Backlinks**, umso besser. Aber die **Qualität** muss stimmen. Insbesondere der Kontext der verlinkenden Seite muss zu dem Thema Ihrer Website passen.





2. Inhalte

Verfassen Sie umfassende und tiefgründige Inhalte

Damit Andere auf Ihre Seite verlinken, benötigen Sie Inhalte. Google bevorzugt umfassende und tiefgründige Inhalte für ein besseres Nutzererlebnis.

Je mehr **Sub-Themen** Ihr Inhalt behandelt umso besser. Die Inhalte sollten mehr als **2.000 Worte** haben, wenn Sie sich um einen Suchbegriff mit starker Konkurrenz bewerben.



3. RankBrain

Optimieren Sie Verweildauer & CTR



RankBrain ist eine **künstliche Intelligenz** von Google. Sie untersucht, wie Nutzer mit Ihrer Website interagieren.

Optimieren Sie Ihre Seite so, dass sich die Nutzer dort länger aufhalten. Und sorgen Sie für höhere **Klickraten** (CTR) auf Ihr Suchergebnis durch die Optimierung des **Title Tags** und der **Meta Description**. Nutzen Sie außerdem **Strukturierte Daten**.



4. Mobile-First Index

Rüsten Sie Ihre Internetpräsenz auf

57% der Suchvorgänge finden über Tablets und Smartphones statt. Google stellt deshalb in Kürze auf den Mobile-First Index um. Selbst wenn Sie an einem Desktop PC sitzen, werden ihnen dann die Suchergebnisse aus Daten der mobilen Version gezeigt.

Legen Sie sich deshalb ein "**Responsive Webdesign**" zu. Machen Sie auf der mobilen Version Ihre gesamten Inhalte sichtbar.

Der Guide hat Ihnen gefallen? Teilen Sie ihn mit Menschen die von diesem Wissen profitieren. cyne.one/seo-selber-machen/



Lassen Sie von sich hören!

Sie wissen jetzt eine Menge mehr über die SEO-Basics, und wie Sie dieses Wissen für Ihren beruflichen Erfolg einsetzen können.

Jetzt sind Sie dran:

Welche Erkenntnis aus dem Guide hat Ihnen am meisten geholfen? Nutzen Sie schon die Tipps für den Title-Tag? Wie viele Backlinks haben Sie bereits für Ihre Website generiert?

Kommentieren Sie auf der Website <u>cyne.one/seo-selber-machen/</u>, oder schreiben Sie mir persönlich.

Kontakt:

linkedin.com/in/marcbeichner/
xing.com/profile/MarcB_Eichner/
twitter.com/MarcBEichner/