

## Was ist SEO? Wie funktioniert Suchmaschinenoptimierung 2022?

**SEO (Search Engine Optimization)** hat das Ziel, die Sichtbarkeit einer Seite für ein spezifisches Keyword zu verbessern. Es ist allseits bekannt, dass die meisten Nutzer auf der ersten Seite der [Suchergebnisseiten \(SERPs\)](#) suchen; nur sehr wenige suchen auf der zweiten und dritten Seite und auf den letzten Seiten verirrt sich keiner mehr. Rund 99,1 % aller organischen Klicks erfolgen auf Position 1 bis 10, wobei nur 0,9 % für die restlichen Seiten bleiben. Fast **60 % aller Klicks** fallen dabei auf die **erste Position**, die zweite erhält lediglich 15 % der Klicks.

Was SEO genau ist, welche Vorteile es birgt und welche Unterschiede zum [SEA \(Search Engine Advertising\)](#) und [SEM \(Search Engine Marketing\)](#) bestehen, sollen im folgenden Artikel geklärt werden.



Auf welchen Suchergebnisseiten die Nutzer suchen.

## Was ist SEO?

**Suchmaschinenoptimierung**, kurz [SEO \(Search Engine Optimization\)](#) ist ein Teilbereich des Suchmaschinenmarketings (Search Engine Marketing, kurz SEM) und ein wichtiger Bestandteil des [Online-Marketing](#). Dabei geht es sowohl um die **technischen** als auch die **inhaltlich-strukturellen Optimierungen einer Webseite**, welche im Endeffekt zur besseren Sichtbarkeit einer Webseite führen sollen.

Bei der Umsetzung einer **SEO-Strategie** unterscheidet man verschiedene SEO-Maßnahmen, die man in

OnPage- und [OffPage-Optimierung](#) aufteilt. Grundsätzlich können diese Maßnahmen auf unterschiedliche Suchmaschinen (Bing, Yahoo) und Bereiche (Google Images, Google Video, Google News) abzielen.

Das Ziel der SEO ist es, mit bestimmten [Keywords](#) an den oberen Positionen auf den [Suchergebnisseiten \(SERP\)](#) einer [Suchmaschine](#) zu erscheinen, um somit die optimale Sichtbarkeit für potenzielle Kunden zu haben.

SEO ist eine Form des Marketings, bei welchem das werbende Unternehmen nicht auf die Kunden zugehen muss, sondern von ihnen gefunden wird. Da die meisten Käufer sich im Internet vorab über Produkte informieren und einen Preisvergleich durchführen, ist SEO ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg.

## OffPage-Optimierung

Bei der [OffPage-Optimierung](#) geht es um die Akquise von [Backlinks](#) für die eigene Webseite. Um jene Backlinks zu erhalten, nutzt man Content Marketing, um guten [Content](#) in Form von Blogartikeln, Videos, Grafiken, E-Books, Newsletter, [Podcasts](#) oder Webinaren auf einer Webseite zu publizieren und in sozialen Netzwerken zu teilen. Durch die Nutzerinteraktionen wird der Content weiter verlinkt, sodass weitere neue [Backlinks](#) entstehen. Dabei ist es wichtig, dass der Content einen Mehrwert für den Nutzer hat.

Der OffPage-Optimierung steht die OnPage-Optimierung gegenüber, welche sich wiederum um strukturell-inhaltliche und technische Aspekte kümmert. Dabei spielt auch die Nutzerinteraktion ([Usability](#)) eine Rolle.

## OnPage-Optimierung

Bei der [OnPage-Optimierung](#) werden Maßnahmen zur technischen sowie **strukturell-inhaltlichen Verbesserung einer Webseite** durchgeführt, um ein besseres Webseiten-Ranking zu erzielen. Bei den inhaltlich-strukturellen Maßnahmen steht insbesondere hochwertiger, **einzigartiger Content** ([Unique Content](#)) im Fokus. Mithilfe einer [Keyword-Recherche](#) werden sinnvolle [Keywords](#) ermittelt, um eine Domain oder [Landing-Page](#) für die Zielgruppe auffindbar zu machen. Bei den **technischen Optimierungen** geht es vor allem um das Backend (Quellcode, XML-Sitemap, Indexier- und Crawlbarkeit, Meta-Elemente, PageSpeed).



OnPage-SEO – eine Übersicht

## Was ist der Unterschied zwischen SEO und SEA?

Was ist SEO und SEA? SEA oder [Search Engine Advertising](#) steht für [Suchmaschinenwerbung](#) und gehört ebenso wie die Suchmaschinenoptimierung (SEO) zum Bereich des Suchmaschinenmarketing (SEM). **SEO zielt auf die organischen, nicht bezahlten Suchergebnisse** ab, wohingegen SEA die bezahlte Werbung in Suchmaschinen meint. Die Vermarktung kann dabei über Google, Bing oder Yahoo mithilfe von Textanzeigen ([Google Ads](#)) laufen. Diese Anzeigen werden oberhalb der organischen Suchergebnisse angezeigt. Allerdings kann die Werbung aber auch auf Partnerseiten von

Suchmaschinen als sogenannte Displaywerbung erscheinen.






samsung galaxy kaufen

Alle Shopping News Bilder Videos Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 17.800.000 Ergebnisse (0,40 Sekunden)

**Anzeigen** samsung galaxy kaufen

Produkte Vergleichswebsites

 <p>SAMSUNG Galaxy A21s... <b>158,94 €</b> MediaMarkt Versand gratis ★★★★★ (5k+) Von Blue Sh...</p>	 <p>SAMSUNG Galaxy Note... <b>398,84 €</b> MediaMarkt Versand gratis ★★★★★ (1k+) Von Blue Sh...</p>	 <p>SAMSUNG Galaxy S10+... <b>598,76 €</b> MediaMarkt Versand gratis ★★★★★ (9k+) Von Blue Sh...</p>	 <p>Galaxy S21 Ultra 5G... <b>1.249,00 €</b> Samsung Deuts... Versand gratis ★★★★★ (1k+) Von Google...</p>	 <p>Samsung Galaxy S7 <b>200,52 €</b> refurbed.de Versand gratis Erneuert Von shoppin...</p>
---	---	---	--	--

SEA

www.ideal.de > ... > Handys & Smartphones ▾

**Samsung Handy & Smartphone Preisvergleich | Günstig bei ...**

Samsung Handy & Smartphone Preise vergleichen und günstig kaufen bei idealo.de ✓ 862

Produkte ... **Samsung Galaxy S20 FE 5G 128GB Cloud Navy**

www.real.de > ... > Telekommunikation > Handys ▾

**Samsung Smartphones günstig online kaufen | real.de**

SEO

## Unterschiede zwischen SEA und SEO

**Google Ads** werden aber nur für eine kurze Zeit angezeigt bzw. nur **solange man dafür zahlt**. Ist das Budget aufgebraucht (siehe auch [Google Ads Tagesbudget](#)), wird die Anzeige nicht mehr angezeigt. Bei der Suchmaschinenoptimierung ist das nicht so und genau hier liegt der Vorteil zwischen diesen beiden Formen des Suchmaschinenmarketings.

## Was ist Local SEO und Voice Search SEO?

Das Local SEO ist wichtig für lokale Unternehmen, die Kunden in ihr Geschäft führen möchten. Entscheidend ist hierbei unter anderem der Google-My-Business-Eintrag. Bei lokalen Suchanfragen wie „SEO-Agentur München“ weist Google Unternehmen, die in der Nähe sind, anhand der Bewertungen eine hohe Relevanz zu. Bei den lokalen Suchen gibt es jedoch Unterschiede bei der Desktop- und mobilen Suche, was sich nicht nur in der Darstellung zeigt.

Da viele lokale Suchanfragen über die Voice-Funktion des Smartphones getätigt werden, spielt in diesem Zusammenhang auch die SEO-Optimierung für Voice Search eine wichtige Rolle.

## Vorteile von Suchmaschinenoptimierung

Die **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** ist im Gegensatz zum SEA die nachhaltigste und kostengünstigere Form des Suchmaschinenmarketings. Beim Search Engine Advertising (SEA) muss stets genügend Budget vorhanden sein, wohingegen die richtigen SEO-Maßnahmen kostenlose und langfristige Erfolge erzielen können.

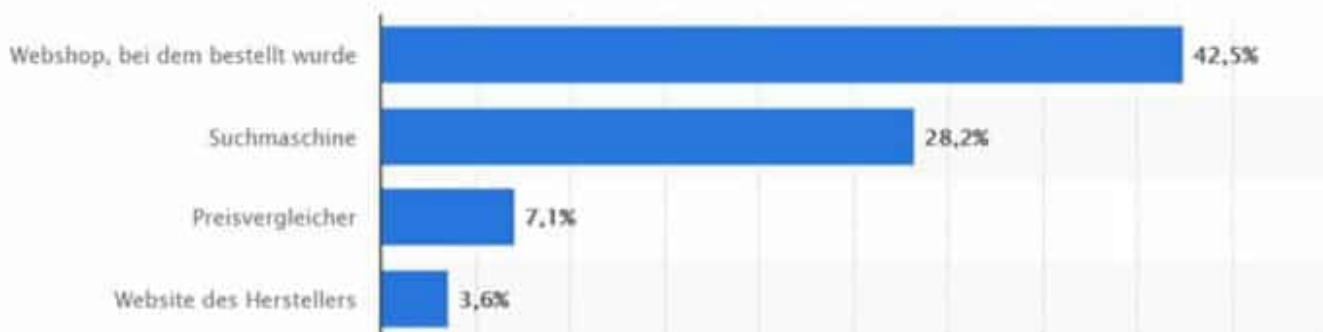
Wer es schafft, in den Top 10 zu ranken, ist auf lange Sicht klar im Vorteil. Die Seite rankt von diesem Zeitpunkt an fast von selbst und benötigt nur schnelle [SEO-Checks](#) und Anpassungen.

Welche Vorteile bietet SEO gegenüber SEA? Obschon SEO anfangs sehr zeitintensiv sein kann und das notwendige Hintergrundwissen benötigt, ist es eine nachhaltige und kostengünstige Lösung.

Grundsätzlich sind die SEO-Maßnahmen sehr wichtig für das Ranking einer Webseite, trotzdem kann SEA bei der Vermarktung lukrative Unterstützung bieten. Die Werbemaßnahmen können auf eine spezifische Zielgruppe abgestimmt werden und erzielen schnelle Ergebnisse. Kurzum: SEO ist zwar ohne SEA möglich, doch in Kombination noch wirkungsvoller.

## Warum ist SEO so wichtig?

Die meisten Käufer informieren sich vorab online über Produkte, Preise und Marken, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Man kann potenzielle Kunden in unterschiedlichen Stadien der Kaufentscheidung abholen. Rund **28,2 % der Käufer beginnen ihren Online-Einkauf mit der Suchmaschine.**



Statista.com – Wo haben Sie beim letzten Online-Einkauf mit der Suche begonnen?

Ferner haben sie eine weitaus höhere Motivation, den Kauf abzuschließen oder eine gewünschte Aktion durchzuführen, da das Keyword sie auf die entsprechende Unternehmensseite geführt hat.

Suchmaschinen sind oft der wichtigste Kanal für die **Neukundengewinnung** und daher ist eine gute SEO-Strategie, die zu einer optimalen Sichtbarkeit beiträgt, essenziell für den Unternehmenserfolg. Die organische Suche umfasst [53,3 % des gesamten Web-Traffics](#) und liefert im [B2B-Bereich 76 % der Besucher](#), wodurch sie ein optimaler Online-Marketing-Kanal ist. Im Gegensatz zu anderen Kanälen wird doppelt so viel Umsatz über die organische Suche generiert.

Mit einer Wahrscheinlichkeit von [99,1 % zielen alle organischen Klicks](#) auf die Positionen 1 bis 10 der ersten Suchergebnisseite (SERP), wobei nur 0,9 % für die restlichen Seiten übrigbleiben.

Beinahe 60 % der Gesamtklicks entfallen dabei auf den ersten Platz, wohingegen der zweite Platz lediglich 15 % erhält. Wichtig ist, dass wir hierbei von Klickwahrscheinlichkeiten sprechen, nicht aber von der [CTR \(Click Through Rate\)](#), da [Google-Anzeigen](#) und sonstige Elemente auf SERPs keinen Einfluss haben.



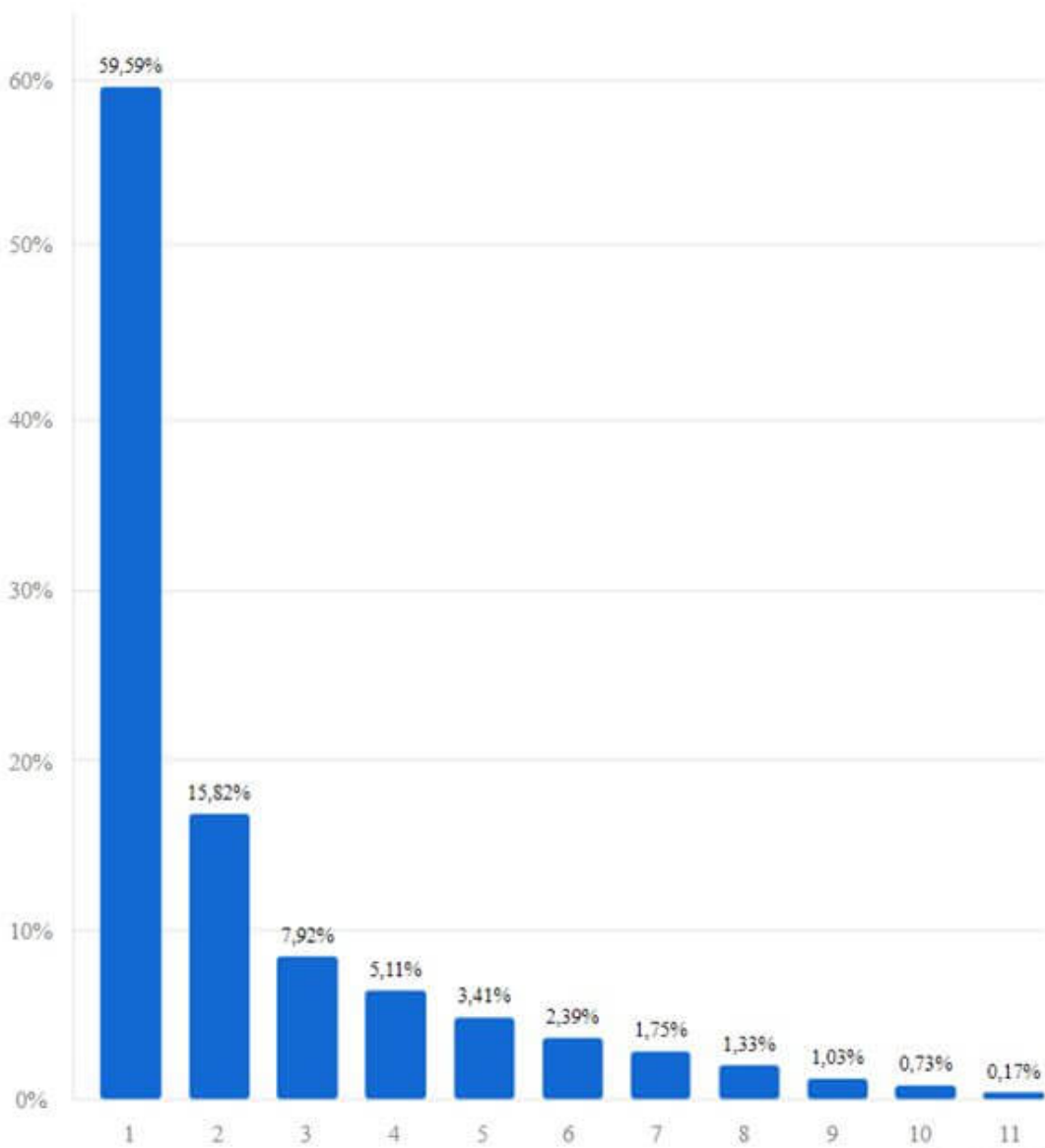
Diese **Klickwahrscheinlichkeiten** sind dabei für die unterschiedlichen Endgeräte ungefähr gleich, doch Desktop-Nutzer wählen häufiger den ersten Treffer und Smartphone-Nutzer die zweite Position. Da immer mehr Nutzer ihre Suche mit dem Smartphone durchführen, solltet Ihr Eure Website bis spätestens März 2021 [mobil optimieren](#).

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX

🔍 **Prozentuale Klickwahrscheinlichkeit von Ranking 1 - 100**



SISTRIX 🔍

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX



60 % der

Gesamtklicks gelten der ersten Position der Suchergebnisse.

Wer auf Seite 1 der SERPs und am besten noch in den Top 3 rankt, kann sich sicher sein, dass die [Conversion-Rate](#) einen beachtlichen Anstieg erfährt. Das liegt daran, dass Nutzer in diese Positionen ein hohes Vertrauen haben. Eine Seite, die so weit oben rankt, muss gute Produkte oder Dienstleistungen anbieten.

Ein weiterer Punkt, den man sich zunutze machen sollte, ist die Tatsache, dass sich SEO im deutschsprachigen Raum noch in den Kinderschuhen befindet. Somit kann man sich einen Vorteil vor der Konkurrenz verschaffen.

## Ziele der Suchmaschinenoptimierung

Das Ranking der Webseite ist mit Sicherheit das vorrangige Ziel der Suchmaschinenoptimierung. Es geht aber nicht nur um die **Verbesserung der Sichtbarkeit und Positionierung**, sondern auch um die **Klick- und Konversionsrate**. Je besser das Ranking, desto besser ist die Sichtbarkeit, desto höher die Klickrate, desto mehr Besucher kommen auf die Seite und desto höher ist bestenfalls der **Umsatz**. Und Letzteres ist oft das Hauptziel eines Onlineshops oder Unternehmens. Somit sieht Ihr, dass SEO weitaus mehr ist. Ob der Nutzer letztendlich auf Eure URL klickt, hängt auch von der Gestaltung des Snippets ab.

www.omt.de › suchmaschinenoptimierung › snippet-op... ▼

### Snippet Optimierung – Zeige, dass Dein Ergebnis das Beste ...

Mit einem gut optimierten Meta-Snippet hebt sich ein Suchergebnis schnell von der Konkurrenz ab und zieht die Aufmerksamkeit der Nutzer auf sich.

Snippet – Title und Description müssen optimiert sein.

Und bis die Nutzer letztendlich einen Kauf abschließen oder eine gewünschte Handlung vollziehen, können noch weitere Hürden auf der bestpositionierten Webseite vorhanden sein. Lediglich an erster Position zu stehen, darf daher nicht das einzige Ziel der Suchmaschinenoptimierung sein.

Hinzukommt ein weiterer wichtiger Faktor: Der Google-[Algorithmus](#) wird immer intelligenter und er weiß

immer besser, was sein Nutzer möchte und wofür sich dieser interessiert. Habt Ihr Euch nie gewundert, warum Google möglicherweise Eure Lieblingssportmarke oben rankt, obwohl diese eventuell weniger bekannt oder nicht unbedingt die beliebteste des Landes ist. Auf Basis unserer bisherigen Anfragen, unseres Standorts und weiterer Faktoren zeigt Google in absteigender Relevanzfolge uns die Suchergebnisse, die unseren Bedürfnissen am besten entsprechen.

## Für wen eignet sich SEO?

Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass fast jeder **Onlineshop, preisintensive Dienstleister** (Beratungsservices, Anwaltskanzleien, Maklerbüros, Agenturen) und **lokale Anbieter**, welche Kunden in der Nähe ansprechen möchten, unbedingt auf SEO setzen sollten. Die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit bei Google ist für jene Unternehmen wichtig, deren potenzielle Kunden, Multiplikatoren, vorhandene Kunden, Influencer und Kooperationspartner **mithilfe einer Suchmaschine nach ihren Informationen, Produkten oder Dienstleistungen suchen**. Heutzutage zählt da beinahe jedes Unternehmen dazu, aber es gibt auch Ausnahmen.

Es gibt aber auch Bereiche, in denen es nicht unbedingt notwendig ist, eine Suchmaschinenoptimierung durchzuführen und eventuell Kosten gespart werden können. Trotzdem sollte man sich dies immer gut überlegen, denn unter Umständen kann auch ein minimaler Vorteil den Umsatz ein wenig steigern.

Eine aufwendige Suchmaschinenoptimierung lohnt sich beispielsweise nicht für Unternehmen, die meist B2B-Großaufträge entgegennehmen und deren Aufträge über persönliche Kontakte vergeben werden. Ebenso muss es für Shops mit einem sehr kleinen Sortiment nicht immer sinnvoll sein. Gleiches gilt für Keywords, die kaum Suchanfragen pro Monat hat und viel Konkurrenz auf dem Markt ist. Ist jedoch kaum Konkurrenz vorhanden, sollte man versuchen sich in der Nische zu positionieren.

## Wie lange dauert SEO?

Bei SEO kann es einige Zeit dauern, bis Ihr gute Ergebnisse erzielt, allerdings sind diese dann langfristig. Die Zeit, die man am Anfang investiert, rechnet sich in der Zukunft, denn bei guter SEO müssen nach einem kontinuierlichen SEO-Check mit entsprechenden [Google-SEO-Tools](#) kleinere Anpassungen vorgenommen werden. Ferner ist die Größe der Webseite und die Dauer ihres Bestehens entscheidend, d.h. eine etablierte Webseite benötigt 3 bis 6 Monate für erste Ergebnisse, wobei neue Seiten durchaus mehr Zeit benötigen.

Wie bereits erwähnt, ist es mit den ersten Maßnahmen nicht getan. SEO bedarf einer ständigen

Anpassung, um im Konkurrenzkampf weiterhin auf den oberen Positionen zu bleiben.

## Wie funktioniert SEO?














Auf die Frage, wie SEO eigentlich funktioniert, gibt es keine einheitliche Antwort. Es gibt zahlreiche Maßnahmen, die man durchführen kann, um eine Webseite technisch oder inhaltlich-strukturell zu optimieren. Je nach Schwachstelle der Webseite, kann man hier unterschiedlich vorgehen. Nichtsdestotrotz möchte ich Euch einige wichtige Punkte kurz vorstellen und zeigen, auf was Ihr achten müsst und was im Jahr 2022 besonders wichtig ist. Man kann den Kern der Suchmaschinenoptimierung auf ungefähr **5 wesentliche Punkte** zusammenfassen.

### 1. Keyword-Recherche

Bei der [Keyword-Recherche](#) müsst Ihr passende [Keywords](#) für Eure Domain und URLs finden. Bei der Analyse und Bewertung helfen Euch entsprechende [Keyword-Tools](#). Im Anschluss muss geprüft werden für welche Keywords Ihr Eure Seite tatsächlich optimieren möchtet. Bei der richtigen Wahl kann es unterschiedliche Probleme geben:

- Für das **Keyword gibt es kaum Suchanfragen**.
- Es handelt sich um ein **von der Konkurrenz umkämpftes Keyword** (hohe Werbekosten, zeitaufwendig).

Somit müsst Ihr Eure Keywords stets nach [Suchvolumen](#), Abhängigkeiten (Ostern, Karneval, etc.), Trends, Konkurrenzsituation, Suchintentionen, Konversionsrate und den Optimierungsmöglichkeiten bewerten.

<input type="checkbox"/> Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb	Anteil an möglichen Anzeigenimpressionen	Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)	Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)
<input type="checkbox"/> seo	33.100 	Mittel	<1 %	1,09 €	3,71 €
<b>Keyword-Ideen</b>					
<input type="checkbox"/> kwfinder	1.900 	Gering	<1 %	1,01 €	4,94 €
<input type="checkbox"/> google seo	2.400 	Mittel	–	1,30 €	3,75 €
<input type="checkbox"/> se ranking	880 	Gering	–	0,24 €	2,31 €
<input type="checkbox"/> semroot seo	720 	–	–	–	–
<input type="checkbox"/> suchmaschinenoptimierung	9.900 	Mittel	<1 %	1,88 €	4,99 €
<input type="checkbox"/> wordpress seo	1.300 	Mittel	–	0,73 €	2,47 €
<input type="checkbox"/> seo sem	480 	Gering	–	0,13 €	2,27 €
<input type="checkbox"/> google ranking	2.900 	Mittel	<1 %	1,28 €	3,73 €
<input type="checkbox"/> seo agentur	8.100 	Mittel	11 %	6,66 €	13,82 €
<input type="checkbox"/> yoast seo premium	210 	Gering	<1 %	0,61 €	4,25 €
<input type="checkbox"/> seo optimierung	6.600 	Hoch	1 %	1,89 €	5,34 €
<input type="checkbox"/> seo analyse	1.900 	Mittel	2 %	2,43 €	4,40 €

Ausführliche Keyword-Recherche mit dem Google Keyword Planner

Berücksichtigen sollte man bei der Auswahl immer die Suchintention des Users sowie andere Schreibweisen, Wortreihenfolgen („Kinos Köln“ oder „Köln Kinos“), Synonyme (Laptop oder Notebook), Anglizismen („Reader“ oder „Lesegerät“), Pluralformen (z.B. Portemonnaie und Portemonnaies), alternative Schreibweisen (z.B. Portmonee), Tipp- bzw. Rechtschreibfehler (z.B. Portmonaie) und rechtliche Aspekte (Markenschutz, illegale Begriffe).

Hat man die passenden Keywords gefunden, kann man nach einem Test mithilfe von Google Ads [Unique Content](#) erstellen. Die SEO-Texte werden dann nach gewissen Richtlinien erstellt.

## 2. Sichtbarkeit der Webseite prüfen

Mithilfe der [Google Search Console](#) kann man die Sichtbarkeit der eigenen Webseite überprüfen. Eine Alternative wäre Searchmetrics, XOV1 und [Sistrix](#). Rankt die Seite nicht wie erwünscht, kann man auch

Abwärtstendenzen erkennen und dementsprechend handeln. Für den Negativtrend kann es jedoch viele Ursachen haben, daher muss eine ausführliche Ursachenanalyse erfolgen.



Entwicklung der Sichtbarkeit im SEO-Tool Sistrix

Mögliche Probleme könnten die Konkurrenten, neue Webinhalte, [Duplicate Content](#), [Links](#), technische Fehler oder Google-Abstrafungen sein. Bei Rankingproblemen sollte auch die Qualität der Inhalte, die Informationsstruktur, die Ladezeit, die Indexierbarkeit, interne Linkstruktur, Mobiltauglichkeit und die [Backlinks](#) begutachtet werden.

### 3. Struktur der Seite entwickeln

Eine übersichtliche und gut strukturierte Seite kann besser von den Usern genutzt und vor allem vom

Google-Bot gefunden und analysiert werden. Anhand einer sinnvollen internen Linkstruktur kann der Nutzer schnell und unkompliziert durch die Inhalte der Webseite navigieren. Dies sorgt für eine längere [Verweildauer](#) auf der Seite, erhöht bestenfalls die Conversion-Rate und reduziert die Absprungraten.

Je niedriger die [Absprungraten](#) letztendlich sind, desto **relevanter bewertet Google die Inhalte** der Webseite und rankt sie besser.

Auch für die Planung einer guten Strukturierung gibt es spezielle Tools, die behilflich sind.

#### 4. Snippet optimieren

Es klingt so einfach, doch genau das ist es nicht. Das [Snippet](#) ist das Aushängeschild und letztendlich der erste Eindruck, den ein User bei der Anzeige Eurer Webseite in den Suchergebnissen erhält. Hier wird die Entscheidung in Sekundenschnelle getroffen, ob man als Nutzer die [URL](#) der Seite anklickt oder nicht. Ein ansprechendes und gut optimiertes Snippet kann sogar einer erstplatzierten Webseite das Rennen stehlen. Es besteht zwar nur aus [Title Tag und Meta Description](#), aber es gibt dem [User](#) sofort Auskunft, was ihn auf der Webseite genau erwartet.

www.seo-kueche.de › ratgeber › was-ist-seo ▾

### Was ist SEO? Suchmaschinenoptimierung einfach erklärt

Was ist SEO? In unserem Guide erfahrt ihr, wie Suchmaschinenoptimierung funktioniert und wie ihr euren Google Traffic nachhaltig steigern könnt.

Ein aussagekräftiger Titel sowie eine interessante Beschreibung sind wichtig bei der Snippetoptimierung.

Die Snippets sollte man auf jeden Fall selbst optimieren und nicht automatisch generieren lassen; wählt eine prägnante und interessante Beschreibung für die Meta Description (siehe auch [„Snippet-Optimierung“](#)).

#### Hier einige Tipps aus der Praxis:

- ordentliches und ansprechendes Basic Snippet (Title + Description)
- gebrandetes Snippet für bekannte Marken
- Rich-Snippet (größeres Snippet mit Adresse, Preis, Datum, Bewertung)
- Sonderzeichen in Snippets
- Vollständige Benennungen im Title und der Beschreibung, die nicht inmitten des Satzes oder Wortes abbricht.
- Übersichtliche und sinnvolle URL-Struktur und -Benennung

## 5. SEO-Content erstellen

Und natürlich sollte man nicht vergessen, [Content](#) zu erstellen und immer wieder für aktuelle neue Inhalte zu sorgen. Google sieht Webseiten mit veralteten Inhalten nur sehr ungern. Doch keine Sorge, denn alte Beiträge und Inhalte lassen sich gut recyceln, indem man sie umschreibt und an neue Keywords anpasst.

Die Devise ist: Stets guten und frischen SEO-Content publizieren. [Evergreen-Content](#) sollte Euer Ziel sein. Versucht regelmäßig neuen qualitativen Content auf Eurer Webseite anzubieten. Ein Redaktionsplan kann Euch bei einer sinnvollen und geordneten Content-Erstellung helfen, einen Überblick über alle Keywords zu behalten und Themen nicht doppelt abzuhandeln.

Im Laufe der Zeit könnt Ihr dann erkennen, wie der jeweilige Content performt und eure SEO-Maßnahmen dementsprechend anpassen. Man nennt dies auch Content Audit.

## 4 Quick Wins für ein gutes Ranking im Jahr 2022

Ein gutes Ranking könnt Ihr schon mit wenigen Schritten und einigen kleinen Maßnahmen erreichen. Dabei solltet Ihr den Fokus auf die 4 wichtigsten Bereiche legen: **Hochwertiger Content, Technik, Content Gestaltung und Backlinks.**

**Technik:** Die Technik sollte unbedingt auf dem neusten Stand sein.

- Verbessere den PageSpeed.
- [Sprechende URLs](#)
- Prüfe die [XML](#)-Sitemap
- Sorge für eine bessere Sichtbarkeit durch HTTPS-Zertifikate

- Beseitige [404-Fehlerseiten](#)
- Optimierte im Sinne des [Mobile-First](#)-Prinzips

**Unique Content:** [Content-Marketing](#)-Strategie überlegen. Content ist weiterhin King.

- Hochwertiger, aktueller und einzigartiger Content mit seriösen Quellen
- Durchdachte interne Verlinkungen
- Dem Nutzer maximalen Mehrwert bieten

**Content Gestaltung:** Bessere Lesbarkeit durch sinnvolle Strukturierungen und Design.

- Verständliche Sätze ohne Verschachtelungen
- Inhalte müssen verständlich sein (z.B. Fachbegriffe erläutern)
- Sinnvolle und kurze Absätze
- SEO-Texte „durchbrechen“ bzw. optisch ansprechender gestalten durch Tabellen, Abbildungen, Auflistungen, Infoboxen und Videos (Achtung PageSpeed!).

**Backlinks:** Für mehr Autorität und Vertrauenswürdigkeit, welche beeinflussen wie relevant Google die Inhalte einstuft (relevante Inhalte à besseres Ranking).

- ordnungsgemäßer Linkaufbau ohne Tricks
- Qualität vor Quantität

## Tools und Tricks

Welche Tools sich für einen SEO-Check eignen und wie Ihr diesen genau durchführt, könnt Ihr in unserem Beitrag [SEO-Check: Das solltet Ihr beachten!](#) nachlesen. Hier erklären wir Euch, welche Aspekte bei einer SEO-Analyse besonders wichtig sind und worauf Ihr unbedingt achten solltet. Bei den vorgestellten Tools handelt es sich meist um kostenlose und begrenzt nutzbare Tools.

---

## Häufig gestellte Fragen





## [Was ist SEO einfach erklärt?](#)

SEO steht für Search Engine Optimization, was auf Deutsch „Suchmaschinenoptimierung“ heißt. Dabei geht es darum, dass eine Webseite bestmöglich optimiert ist, um von Suchmaschinen gefunden und in den oberen Positionen der organischen, nicht bezahlten Suchergebnisse angezeigt zu werden.

—

## [Was gehört zu SEO?](#)

SEO beinhaltet verschiedene Maßnahmen, die auf eine technische sowie strukturell-inhaltliche Optimierung einer Webseite abzielen. Man unterteilt die Maßnahmen auch in die sogenannte OnPage- und OffPage-Optimierung. Das Ziel der Optimierungen ist es, hohe Konversionsraten zu erhalten.

—

## [Ist SEO Marketing?](#)

Ja, SEO ist Marketing und genau genommen ein wichtiger Bestandteil des Online-Marketings und ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings (SEM). Ferner handelt es sich dabei um eine besondere Form des Marketings, bei welchem ein Unternehmen mithilfe der Suchmaschinenoptimierung auf sich

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX

aufmerksam machen kann, um von potenziellen Kunden gefunden zu werden.

—

### [Was ist SEO-Marketing?](#)

SEO-Marketing ist vom SEA (Search Engine Advertising) zu unterscheiden und beschäftigt sich hauptsächlich mit der Frage, wie eine Webseite so optimiert werden kann, dass sie bestmöglich in den Suchmaschinen gefunden und an den oberen Positionen angezeigt wird.

—

### [Was macht man bei SEO?](#)

Bei der Suchmaschinenoptimierung gewinnt man im Bestfall mehr Sichtbarkeit und somit eine höhere Conversion-Rate. Um dorthin zu gelangen, gibt es unterschiedliche SEO-Strategien und Taktiken. Um nur einige Maßnahmen zu nennen: Content-Optimierung, Backlinks, Nutzererfahrung verbessern, Ladegeschwindigkeit erhöhen usw.

—

## [Was bringt SEO wirklich?](#)

Die optimale SEO-Strategie sorgt dafür, dass Eure Webseite an den oberen Positionen der nicht bezahlten Suchergebnisse rankt. Wer die richtigen SEO-Maßnahmen wählt und die Suchmaschinenoptimierung ernst nimmt, kann langfristig gesehen, die Marke stärken, mehr Sichtbarkeit erlangen, eine bessere Conversion-Rate erzielen und vor allem Geld für kostspieligere Werbemaßnahmen mittels SEA und SEM sparen.

---

## [Was ist eine SEO-Analyse?](#)

Bei einer SEO-Analyse werden alle relevanten Faktoren einer guten Suchmaschinenoptimierung geprüft und gegebenenfalls die entsprechenden Maßnahmen angepasst. Beim Check werden vor allem die Inhalte, aber auch die technische Umsetzung, die Crawl- und Indexierbarkeit sowie die Verlinkungen untersucht.

---

## Weiterführende Informationen & Quellen

- [Ryte](#) weist darauf hin, dass die Abkürzung SEO auch mit Search Experience Optimization übersetzt wird, welche auch die Verbesserung der Usability im Fokus hat.
- Laut [Wikipedia](#) stellt, die akademische Suchmaschinenoptimierung (Academic Search Engine Optimization, ASEO) einen Sonderfall dar; hierbei werden PDF-Dateien für [Google Scholar](#) und



CiteSeer optimiert.

- 121Watt erwähnt, dass Nutzer, die über Suchmaschinen auf eine Unternehmensseite gelangen, eine höhere Motivation haben und dadurch eher einen Kauf tätigen.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX