

WIE WIRD MEIN UNTERNEHMEN AUF GOOGLE GEFUNDEN?

Workshop DIH Süd
24.4.2023

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02

KURSBESCHREIBUNG

In einem Online-Halbtages-Workshop wird vereinfacht dargestellt,

- ❖ wie die **Google-Suche** funktioniert und
- ❖ wie ich mein Online-Angebot im Sinne von **Suchmaschinen-Optimierung** darauf ausrichten kann, sprich:

Wie kann ich von den richtigen Kund*innen gefunden werden?

FRAGEN

- ❖ Wie **funktioniert** eigentlich Google?
- ❖ Vor welchen **Challenges** stehen wir als Unternehmen?
- ❖ Wie funktioniert **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** und wie kann ich die Suchmaschinen-Eignung meiner Website einfach **prüfen**?

Workshop: Gemeinsame SEO-Analyse und Identifikation möglicher Stellschrauben.

ZIELE

- ❖ Sensibilisierung für die **Funktionalität** von Suchmaschinen
- ❖ Impulse für die **Analyse** der eigenen Website
- ❖ Identifikation von **Verbesserungsmöglichkeiten** der eigenen Website

AGENDA

- I. **Online Marketing und Suchmaschinenoptimierung (SEO)**
(13:00 - 13:50)
- II. **Keywords** (14:00 - 14:50)
- III. **On-Page SEO** (15:00 - 15:50)
- IV. **Off-Page SEO** (16:00 – 17:00)

I. EINFÜHRUNG: ONLINE-MARKETING UND SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG

Wie wird mein Unternehmen auf Google gefunden?

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02

SICHTBARKEIT DES ONLINE-MARKETING



WEBSITES

*You'll never have a second chance
to make a first impression.*

- ❖ Der Aufbau einer eigenen Website ist **kein Projekt** mit definiertem Anfang und **definiertem Ende**,
- ❖ sondern vielmehr ein **Prozess, der nie zu Ende ist** bzw. nie zu Ende sein sollte.

AUFGABE DER WEBSITE?



AUFGABE DER WEBSITE?

Es ist sinnvoll, sich über die **gewünschten Funktionen** der eigenen Website im Klaren zu sein.

- ◆ Point of Information
- ◆ Point of Interactions
- ◆ Point of Sale (POS)

ZWEI ZIELGRUPPEN

- ❖ **Zielpersonen** selbst, die man ansprechen möchte
 - ▶ Kund*innen
 - ▶ Lieferanten
 - ▶ Bewerber*innen
- ❖ **Leseroboter** (Crawler) der Suchmaschinen



FRAGE IN DIE RUNDE ...

Wie funktioniert eigentlich Google?

<https://www.youtube.com/watch?v=Q1fN0rheUJk>

WIE FUNKTIONIERT GOOGLE?

- ❖ Nach Erstellung einer **Suchanfrage** liefert eine Suchmaschine eine Liste von Links auf möglicherweise **relevante Websites**, i.d.R. dargestellt mit einem **Titel** und einer **kurzen Beschreibung**.
- ❖ Die wesentlichen **Aufgabenbereiche** einer Suchmaschine sind:
 - ▶ Erstellung und Pflege eines **Index**
 - ▶ Verarbeitung und Beantwortung von **Suchanfragen**
- ❖ Die Datenbeschaffung erfolgt bereits **im Vorfeld**
 - ▶ automatisiert durch sog. **Webcrawler**, die regelmäßig Daten einlesen

SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG (SEO)

Mit dem Begriff **Suchmaschinen-Optimierung** werden alle Aktivitäten bezeichnet, die dazu führen, dass

- ❖ die eigenen Online-Angebote eine **bessere Platzierung**
 - ❖ in den **organischen bzw. redaktionellen Trefferlisten** der Suchmaschinen erzielen.
- ▶ *Search Engine Optimization = **SEO***
 - ▶ *Search Engine Result Pages = **SERPs***

SEO VS. SEA

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- ▶ Ausrichtung auf „normale Suchanfragen“

Suchmaschinenwerbung (SEA)

- ▶ Bezahlte Anzeigen in Google etc.
 - i.d.R. die ersten drei Suchergebnisse
 - als Anzeigen gekennzeichnet

SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG (SEO)

SEO ist nicht kostenlos.

- ◆ Auch wenn nicht unmittelbar Geld zu bezahlen ist, müssen Unternehmen **kontinuierlich** in die Optimierung der Website investieren.
 - ▶ Ob die dafür erforderlichen Spezialisten im Unternehmen oder außerhalb arbeiten:
 - ▶ Kosten sind mit deren Einsatz in jedem Falle verbunden.

SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG (SEO)

- ❖ Die konkreten Algorithmen sind **weder allgemein bekannt noch statisch.**
- ❖ Deshalb ist SEO ein **Prozess, der nie abgeschlossen** ist – und kein Projekt mit definiertem Ende.
- ❖ Wer langfristig eine gute Platzierung in Suchmaschinen erreichen möchte, der sollte **relevante, aktuelle und möglichst unique Inhalte** zu den ausgewählten **Keywords** bereitstellen!

BEISPIELE FÜR RANKINGFAKTOREN

- ❖ **Relevanz** des Inhalts (bezogen nach Such-Keyword)
 - ▶ allgemein
 - ▶ für jeweiligen User
- ❖ **Schnelligkeit** der Website (Page Speed)
- ❖ Eignung für **Mobilgeräte**
- ❖ **Lesbarkeit** des Textes

BEISPIELE FÜR RANKINGFAKTOREN

Domain Faktoren

- Keyword als erstes Wort in der Domain
- Registrierungsdauer der Domain

Page-Level Faktoren

- Keyword im Titel Tag
- Titel Tag beginnt mit Keyword

Site-Level Faktoren

- Content bietet Mehrwert und einzigartige Erkenntnisse
- Kontaktinformationen

Backlink-Faktoren

- Anzahl der verlinkenden Domains
- Anzahl der verlinkenden Seiten

User Interaktion

- Organische Click-Through-Rate für ein Keyword
- Direkte Zugriffe

Spezielle Regeln des Algorithmus

- Browser-History des Users
- Interessen des Users

Social Signals

- Anzahl der Tweets
- Pinterest Pins

Brand Signals

- Markennamen im Ankertext
- Webseite hat eine Facebook-Seite und Likes

On-Site Spam-Faktoren

- Links zu fraglichen Seiten
- Pop-Ups und ablenkende Werbeanzeigen

Off-Page Spam Faktoren

- Unnatürliches Linkwachstum
- Viele Links vom gleichen Server

SUCHMASCHINEN- OPTIMIERUNG (SEO)

- ❖ Relevant für den Suchenden ist das, was auf der **ersten Trefferseite** der Suchmaschine erscheint.
- ❖ Und jedes Unternehmen möchte zu den relevanten Suchbegriffen an dieser Stelle auftauchen.
- ❖ Deshalb herrscht hier eine große **Informationskonkurrenz**.

UNIVERSAL SEARCH INTEGRATION

- ❖ Als Universal Search bezeichnet man bei Google die **Integration verschiedener Informationskategorien**, z.B.
 - ▶ Bilder
 - ▶ Videos
 - ▶ Maps

Welche Inhalte genau eingeblendet werden, wird durch die Google-Algorithmen gesteuert.

„Universal Search“ – Google Shopping

SEA

Ungefähr 3.840.000 Ergebnisse (0,62 Sekunden)

Fußball - Bis zu 70% Rabatt - Der ASOS Sale ist Online - ASOS.de

www.asos.de/Marken/Fußballschuhe

4,6 **★★★★★** Bewertung für asos.de
 Entdecke Fußballschuhe bei ASOS. Gratis Versand und Rückversand!
 Bis zu 70% im ASOS Sale · Kostenloser Versand · Premier-Lieferung
 Marken: Puma, Nike, Adidas, Monki, Dr Martens

Bis 70% auf Herrenschuhe Bis zu 70% auf Herrenmode
 ASOS: 10% für Studenten Bis zu 70% auf T-Shirts

Fußball-Schuhe bei OTTO - Auf dem Spielfeld gut aussehen - OTTO.de

www.otto.de/Fußballschuhe

4,7 **★★★★★** Bewertung für otto.de
 Fußballschuhe bei OTTO shoppen.
 24h-Lieferung möglich · Neukundengutschein · OTTO Ratenschutz · Deal des Tages · Sale

Fußballschuhe Online Kaufen - Januar Sale: Riesige Rabatte

www.unisportstore.de/fußballschuhe

Hier findest du neueste Fußballartikel - Einfach bei Unisport online einkaufen!

Fußball-schuhe bei Amazon.de - Riesenauswahl, aktuelle Trends

www.amazon.de/schuhe/fußball-schuhe

Top-Auswahl an Schuhen zu günstigen Preisen. Kostenlose Lieferung möglich

SEO

Fußballschuhe günstig kaufen | 11teamsports | Nike | adidas | Puma ...

<https://www.11teamsports.de/fussballschuhe/>

★★★★★ Bewertung: 4,7 - 24.686 Abstimmungsergebnisse
 Im Onlineshop von 11teamsports findest du eine riesige Auswahl günstiger Fussballschuhe der bekannten Marken für Herren und Kinder.
 Nike · Adidas · Hallenfussballschuhe · Adidas X 17.1 FG Schwarz










Fußballschuhe günstig kaufen | Nike | adidas | PUMA | New Balance ...

<https://www.soccerboots.de/fussballschuhe/>

★★★★★ Bewertung: 4,8 - 1.281 Abstimmungsergebnisse
 Im Onlineshop von Soccerboots findest du eine große Auswahl an Fußballschuhen der namhaften Hersteller wie Nike, adidas, New Balance und PUMA.

Nach fußball schuhe suchen

Anzeigen

 <p>adidas ACE 17.3 Primemesh FG... 51,97 € soccerboots.de Versand gratis ★★★★★ (1k+) Von Google</p>	 <p>Nike Boys Fußballschuhe... 69,90 € engelhorn.de Versand gratis Von Google</p>	 <p>adidas X 17.3 AG gelb fluo/schwarz 51,96 € geomix.de Versand gratis Von Google</p>
 <p>Nike Jr Mercurial Superfly V FG... 74,98 € 11teamsports Versand gratis ★★★★★ (3) Von Google</p>	 <p>Nike Mercurial Veloce III... 110,45 € geomix.de Versand gratis Von Google</p>	 <p>Adidas Ace 17.3 Fg... 69,95 € SportScheck +3,95 € Versand Von Google</p>
 <p>NIKE Mercurial Victory VI DF F... 71,96 €</p>	 <p>Nike Fire & Ice Pack Mercurial... 62,95 €</p>	 <p>Nike Herren Fußballschuhe... 49,90 €</p>

Google und das Google-Logo sind eingetragene Marken von Google Inc., Verwendung mit Genehmigung.

UNIVERSAL SEARCH

Bergsport

Alle Maps Bilder Shopping News Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 3 180 000 Ergebnisse (0,48 Sekunden)

Bergfuchs GRAZ | Bergsport-Shop | Klettershop | Outdoor-Shop ...
<https://www.bergfuchs.at/bergfuchs-graz-bergsport-shop-klettershop-outdoor-shop>
Herzlich Willkommen beim Bergfuchs GRAZ. Bergsportshop. Klettershop. Outdoorshop. Wir freuen uns auf Ihren Besuch und beraten Sie gerne.

Bekleidung für den Bergsport, Reise, Outdoor | BERGFUCHS ...
<https://www.bergfuchs.at/bekleidung-bergsport.html>
Artikel 1 - 9 von 592 - Marken-Bekleidung für den Bergsport - Angebote, Produkte und Ausrüstung für: Wandern, Bergsteigen, Klettern, Trekking, Hochalpin ...
Hosen · Jacken · T-Shirt und Shirts · Funktionsunterwäsche

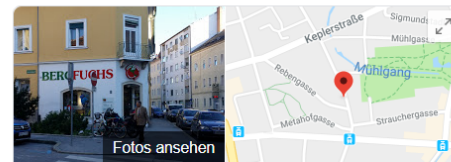
Home 2018 | BERGFUCHS Ausrüstung für Bergsport
<https://www.bergfuchs.at/>
Das Fachgeschäft für den Bergsport, Klettern, Outdoor und Reise. Online-Shop, Graz, Wien.
SCHNELLER Versand - SICHER Zahlen!
Bergfuchs GRAZ · Bekleidung · Outlet Wien und Graz · Bergfuchs WIEN

Bergzeit Outdoor Shop - Bergsport, Klettern & Outdoor
<https://www.bergzeit.at/>
Finde hier alles rund um Bergsport ▶ Über 50.000 ausgewählte Outdoor Artikel ✓ Kostenloser Versand & Rückversand ab 50€ ✓ Alle großen Marken.
Outlet · Damen · Arcteryx · Herren

Bergsport – Wikipedia
<https://de.wikipedia.org/wiki/Bergsport>
Der Begriff Bergsport oder Alpinsport umfasst mehrere, im Gebirge ausgeübte Sportarten. Im Gegensatz zum weiter gefassten Begriff des Alpinismus beschränkt ...

Outdoor | Bergsport | Wandern | Alpin | Gigasport Online
<https://www.gigasport.at> · SPORTARTEN
Bergschuhe, Wanderschuhe, Trekking, Klettersteig-Sets, Outdoor-Bekleidung und Zubehör - Entdecken Sie die Neuheiten und Trends im Outdoor-Sport.

bergfex: Sportanbieter Graz und Umgebung: Bergsport Graz und ...
https://www.bergfex.at/sommer/graz-und-region-graz/sportanbieter/_bergsport/
Bergsport Graz und Umgebung. Karte. Kategorien. Outdoor - Adventure 2; Flugsport 1;



Bergfuchs

Website Route Speichern

4,7 ★★★★★ 213 Google-Rezensionen
Sportbekleidungsgeschäft in Graz

Adresse: Hans-Resel-Gasse 7, 8020 Graz
Öffnungszeiten: **Schließt demnächst:** 18:00 · **Öffnet um 09:00 Do** ▼
Telefon: 0316 763300
[Änderung vorschlagen](#)

Kennst du diesen Ort? [Kurze Fragen beantworten](#)

Fragen und Antworten
[Als Erster eine Frage stellen](#) [Fragen stellen](#)

Stoßzeiten ⓘ [mittwochs](#) ⇅

17 Uhr: Normalerweise am stärksten besucht

Google Bergsport

Alle Bilder Maps Shopping Mehr Einstellungen

Mein Standort: Sankt Leonhard, Graz

Beschränken auf...

Neue Artikel

Preis

Unter € 50

€ 50 – € 100

Über € 100

€ _____ bis _____

LOS

Verkäufer

Bergfreunde.at

Bergfreunde.at campz.at

Sport Schuster sportler.com

MEHR

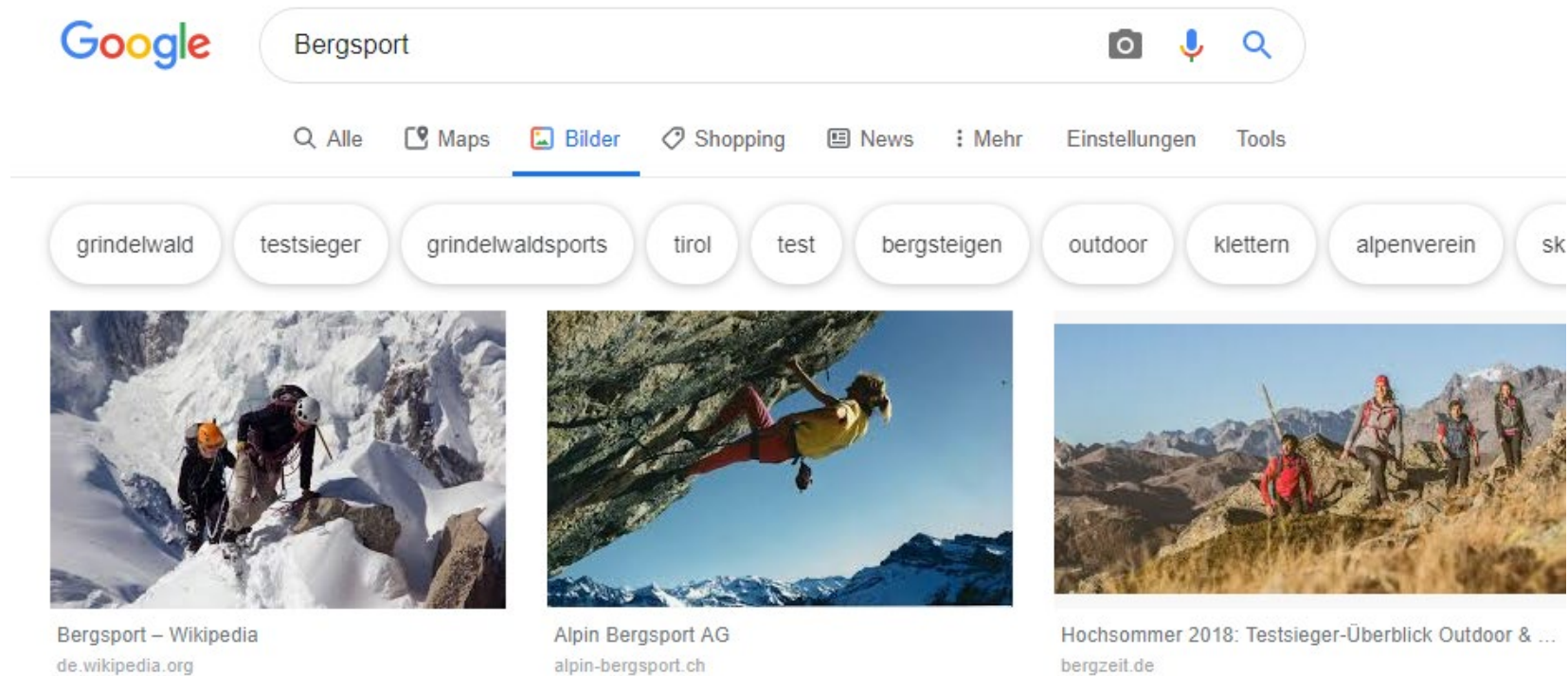
€ 99,00 bei über 20 Händlern
Edelrid Ohm Vorschaltwiderstand Gelb
★★★★★ (37)

€ 28,95 bei Bergwerker
Black Diamond Positron Screwgate 3-Pack
★★★★★ (70)

€ 129,95 bei 2 Händlern
Fleecejacke Karpos Pizzocco Fleece Herren (Gr S) (rot)

€ 195,00 bei über 20 Händlern
Petzl Nomic
★★★★★ (4)

UNIVERSAL SEARCH



The image shows a Google search interface for the term "Bergsport". The search bar contains the text "Bergsport". Below the search bar, there are navigation options: "Alle", "Maps", "Bilder", "Shopping", "News", "Mehr", "Einstellungen", and "Tools". A row of suggested search terms is displayed below the navigation options, including "grindelwald", "testsieger", "grindelwaldsports", "tirol", "test", "bergsteigen", "outdoor", "klettern", "alpenverein", and "sk". Three search results are visible below the suggestions:

- Result 1:** A photograph of two people climbing a steep, snow-covered mountain peak. Below the image is the text "Bergsport – Wikipedia" and the URL "de.wikipedia.org".
- Result 2:** A photograph of a person in a yellow shirt and red pants climbing a rock face. Below the image is the text "Alpin Bergsport AG" and the URL "alpin-bergsport.ch".
- Result 3:** A photograph of four people sitting on a grassy mountain slope. Below the image is the text "Hochsommer 2018: Testsieger-Überblick Outdoor & ..." and the URL "bergzeit.de".

IST MEINE SEITE ORDENTLICH INDIZIERT?

Prüfen Sie die **Indexierung Ihrer Website** durch folgende Eingabe in Google:

◆ **site:***https://www.IhreWebsite...*

Werden die Suchergebnisse **wie gewünscht** dargestellt?

GOOGLE SEARCH CONSOLE

- ◆ kostenloses Google-Tool zur **Überwachung von Websites**
 - ▶ Google-Konto notwendig
 - ▶ Bestätigung notwendig

SITEMAP

- ❖ Datei, in der **Informationen zu Seiten** auf der Website sowie zu den **Zusammenhängen** zwischen diesen Dateien angegeben sind.
- ❖ Suchmaschinen wie Google lesen diese Datei, um die Website **effizienter crawlen** zu können.
- ❖ **Erstellung:** i.d.R. automatisiert mit
 - ▶ mit **Plugins**, z.B. Yoast
 - ▶ auf entsprechenden **Websites**, z.B. <https://www.xml-sitemaps.com/>

IST MEINE SEITE ORDENTLICH INDIZIERT?

Besuchen Sie (sofern Sie Zugriff haben) das Tool
Google Search Console.

<https://search.google.com/search-console/about?hl=de>

- ❖ Prüfen Sie, ob Ihre Seite **ordentlich indiziert** ist, und
- ❖ ob **Fehler auftreten, sowie**
- ❖ ob **Sitemaps** angelegt sind

II. KEYWORDS

Wie wird mein Unternehmen auf Google gefunden?

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02

KEYWORDS

Wonach suchen potenzielle Website-Besucher?

- ◆ *Suchbegriffe, Schlüsselbegriffe, Schlagworte, Schlüsselwörter, Keywords, Key Terms*
- ◆ einzelnes Wort, Wortkombinationen, Fragen
- ◆ Ziel von Google: **User Intent** treffen
 - ▶ ständige Updates, um User Intent noch besser zu treffen

WELCHE WÖRTER BESCHREIBEN DEN INHALT MEINER WEBSITE FÜR SUCHMASCHINEN?

- ❖ Mit **welchen Suchbegriffen suchen User** nach den Inhalten auf meiner Website?
- ❖ Wie viel **“Suchwettbewerb”** herrscht für die Schlüsselbegriffe (Key Terms)?
- ❖ Repräsentieren bestimmte Keywords tatsächlich den **Inhalt meiner Website?**
- ❖ Wie viel Energie muss ich in die **Optimierung meiner Website** investieren, um gute Positionen bei bestimmten Keyword zu bekommen?

ARTEN VON KEYWORDS

Brand/Product Keywords

- ◆ Apple
- ◆ Iphone 14
- ◆ Steve Jobs

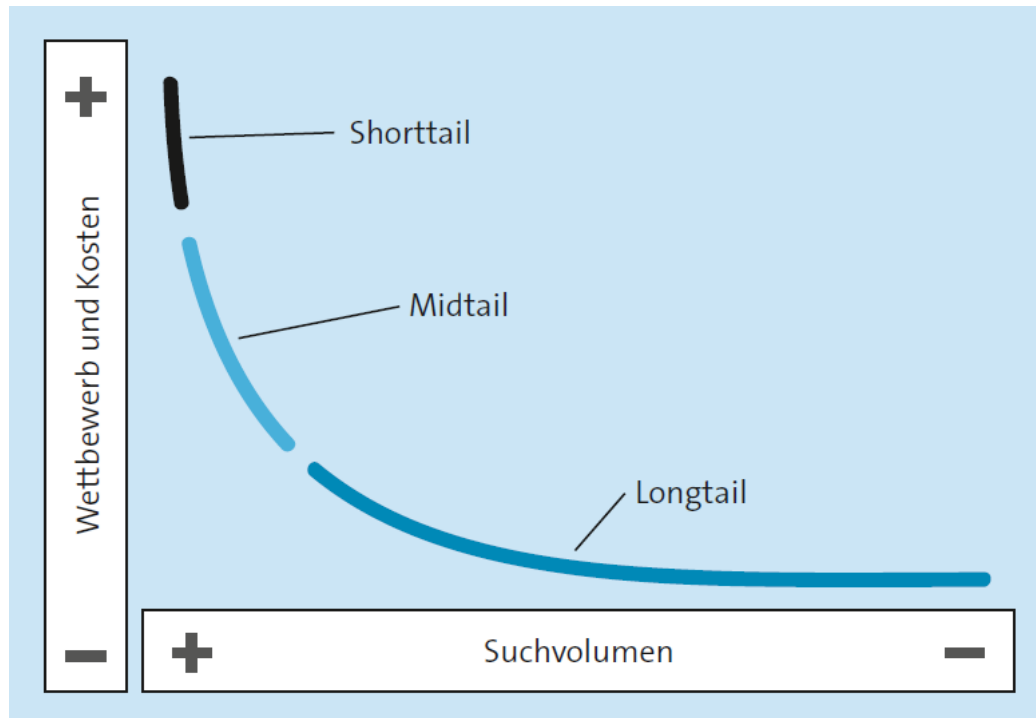
Money Keywords: beinhalten eine Kaufintention

- ◆ Haus kaufen in Graz

Zusammengesetzte Keywords: aus mehreren Wörtern

- ◆ beste Pizza in Graz

KEYWORDSTRATEGIEN



Longtail-Strategie

z.B. Haus mit Garten ohne Ölheizung in Graz kaufen

- Vorteil: für detaillierte Suche, welche die exakten Kundenwünsche zum Ausdruck bringt
- Nachteil: zu spezifisch, viele Unterseiten nötig

Midtail-Strategie

z.B. Haus mit Garten Graz

- Vorteil: relative hohes Suchvolumen
- Nachteil: weder allgemein noch spezifisch

Shorttail-Strategie

z.B. Haus kaufen

- Vorteil: hohes Suchvolumen
- Nachteil: hoher Wettbewerb

OPTIMIERUNG AUF LONG-TAIL-KEYWORDS

- ◆ 3 - 4 Wörter lang
- ◆ oft als Fragestellung formuliert
- ◆ Suchintention leicht erkennbar
- ◆ geringes Suchvolumen

Vorteile

- ◆ höhere Conversion Rate
- ◆ weniger starke Konkurrenz

KONKURRENZANALYSE

- ❖ Für welche Keywords rankt die **Konkurrenz**?
- ❖ Welche Keywords sollte **ich auch** abdecken?
- ❖ Wo hat die Konkurrenz **Google Ads** im Einsatz?

SCHRITT 1: KEYWORDSUCHE

- ◆ Keywords, welche **zur Seite** sowie
- ◆ **zum Suchverhalten** der User passen.

Tipp: eigene Seite betrachten und schauen, ob es zusätzliche Wörter gäbe, um den Inhalt zu beschreiben

WELCHE KEYWORDS PASSEN ZU MEINER SEITE?

Nutzen Sie eines der nachfolgenden **Tools**, um Ihre Website nach **möglichen Keywords** zu durchsuchen

- ◆ Google Ads Keyword Planner
- ◆ Übersuggest Keyword Research

SCHRITT 2: KEYWORDS KOMBINIEREN

- ◆ Logische **Keywordkombinationen** bilden, welche den Websiteinhalt beschreiben.

Tipp/Frage: Welche zusätzlichen Keywordkombinationen wären bei der Suche hilfreich?

KEYWORDS KOMBINIEREN

- ◆ Geben Sie die identifizierten Keywords einzeln bei **Google** ein, um zu sehen, welche nachfolgenden Wörter **vorgeschlagen** werden.

SCHRITT 3: KEYWORDANALYSE

- ◆ Suchen Leute überhaupt nach diesen Keywordkombination?

Tipp: Google-Vorschläge und externe Tools verwenden, um herauszufinden, wonach eigentlich gesucht wird.

KEYWORDS ANALYSIEREN

- ❖ Prüfen Sie, wonach User **i.d.R. suchen**
 - ▶ AnswerThePublic <https://answerthepublic.com/>
 - ▶ Google Trends <https://trends.google.at/trends/?geo=AT>
- ❖ Prüfen Sie, wonach Ihre **bestehenden User gesucht haben**
 - ▶ Google Search Console

SCHRITT 4: HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ABLEITEN

- ❖ **Erstellung Liste** relevanter Keywords bzw. Keywordkombinationen
- ❖ **Integration** der Keywords in die Website
 - ▶ Website -Inhalte
 - ▶ Meta-Texte
 - ▶ Bildbeschreibungen

III. ON-PAGE SEO

Wie wird mein Unternehmen auf Google gefunden?

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02

AUFBAU EINER WEBSITE

```
<html>  
  <head>  
    <title> My page </title>  
  </head>  
  <body>  
    Hello this is my page  
  </body>  
</html>
```

Head section
(Infos für den Browser)

Body section
(sichtbar für
User)

• Tags don't show up on the page

AUFBAU EINER WEBSITE

```
<html>  
  <head>  
    <title> My page </title>  
  </head>  
  <body>  
    Hello this is my page  
  </body>  
</html>
```

title: sichtbar in den Suchergebnissen (fett + unterstrichen), sehr wichtig

meta tags: **description** sollte die wichtigsten Keywords enthalten

Tags, welche für den User relevant sind:

- **Lists:** ,
- **Textformatierung:** oder ; <i>, <u>, , <cite>, <sup>, <sub>
- **Überschriften:** <h1>-<h6>
- **Bilder:** alt, title attributes

AUFBAU EINER WEBSITE

```
<html>  
  <head>  
    <title> My page </title>  
  </head>  
  <body>  
    Hello this is my page  
  </body>  
</html>
```

Keyword-Dichte: nicht zu viele gleiche Keywords! (keyword stuffing, Black Hat SEO!) – idealerweise bei 3 – 6 %

Früh auf die wichtigsten Inhalte verweisen! Konzentration auf die ersten 1000 Zeichen

SUCH-FREUNDLICHE WEBSITE-STRUKTUR

Indexierbare Inhalte verwenden (indexable content)!

- ◆ Standards-HTML für Content, CSS für Design
- ◆ (textbasierte) PDF-Dateien sind i.d.R. indexierbar
- ◆ Office-Dokumente nach und nach auch

Keine nicht-indexierbaren Inhalte verwenden!

- ◆ Flash
- ◆ Text auf Bildern

TIPPS FÜR EINE GUTE WEBSITE-STRUKTUR

Logische Navigation

- ❖ Logisch aus Sicht der User?
- ❖ Kann er/sie schnell finden, was er/sie sucht?
- ❖ Wissen die User stets, wo sie gerade sind?

Ordentlicher HTML-Code

- ❖ keine Fehler (*Syntax Errors*)
- ❖ Keine falschen/nicht funktionierende Links bzw. URLs

TIPPS FÜR EINE GUTE WEBSITE-STRUKTUR

- ❖ Navigation (Menü) sollte indexierbar (crawlable) sein
 - ▶ keine Bilder für Navigation
- ❖ Site Maps
- ❖ „Sprechende“ URLs
- ❖ keine Intro-Seiten
- ❖ kurze Ladezeiten
- ❖ keine doppelten Inhalte (Duplicate Content)!
- ❖ Optimierung für Mobilgeräte

weitere Infos: <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=en>

GOOGLE PAGESPEED INSIGHTS

- ◆ Google-Tool zur Messung der **Ladezeit** einer Website (wichtiger SEO-Indikator)
- ◆ viele Kennzahlen (FCP, TTFB, Total Blocking Time, ...)

PAGE SPEED

Führen Sie einen **Page-Speed-Test** über folgendes Tool aus:

- ◆ Google PageSpeed Insights
 - ▶ mobile Seite
 - ▶ Desktop-Seite

ONPAGE-KEYWORDS

Keyword-Dichte nicht mehr relevant (Keyword-Stuffing)

- ❖ Wichtigster Punkt: **guter Content!**
 - ▶ Hohe Relevanz
 - ▶ vollständige Antwort auf Suchanfrage/Suchintention
- ❖ Gute **Nutzersignale** sammeln
 - ▶ Verweildauer
 - ▶ Klickrate
 - ▶ Absprungrate
 - ▶ Überprüfung mit Analysetools (z.B. Google Analytics)

BEWERTUNG DURCH GOOGLE

Google geht davon aus, dass die **Suchintention nicht getroffen wurde**, wenn ...

- ❖ ... die **Klickrate** niedrig ist (Snippet nicht interessant genug)
- ❖ ... die **Verweildauer** auf der Seite niedrig ist
 - ▶ Stichwort: Bounce Rate (siehe Google Analytics)

ONPAGE-KEYWORDS

Wo sollte das Keyword auf meiner Seite vorkommen?

- ❖ im title-Tag
- ❖ in der h1-Überschrift
- ❖ im ersten Absatz
- ❖ in der URL

SEO-ANALISE

Führen Sie einen **SEO-Check** über folgendes Tool aus:

- ◆ SEORCH <https://seorch.de/>
 - ▶ mit Keyword
 - ▶ ohne Keyword

HILFREICHE TIPPS

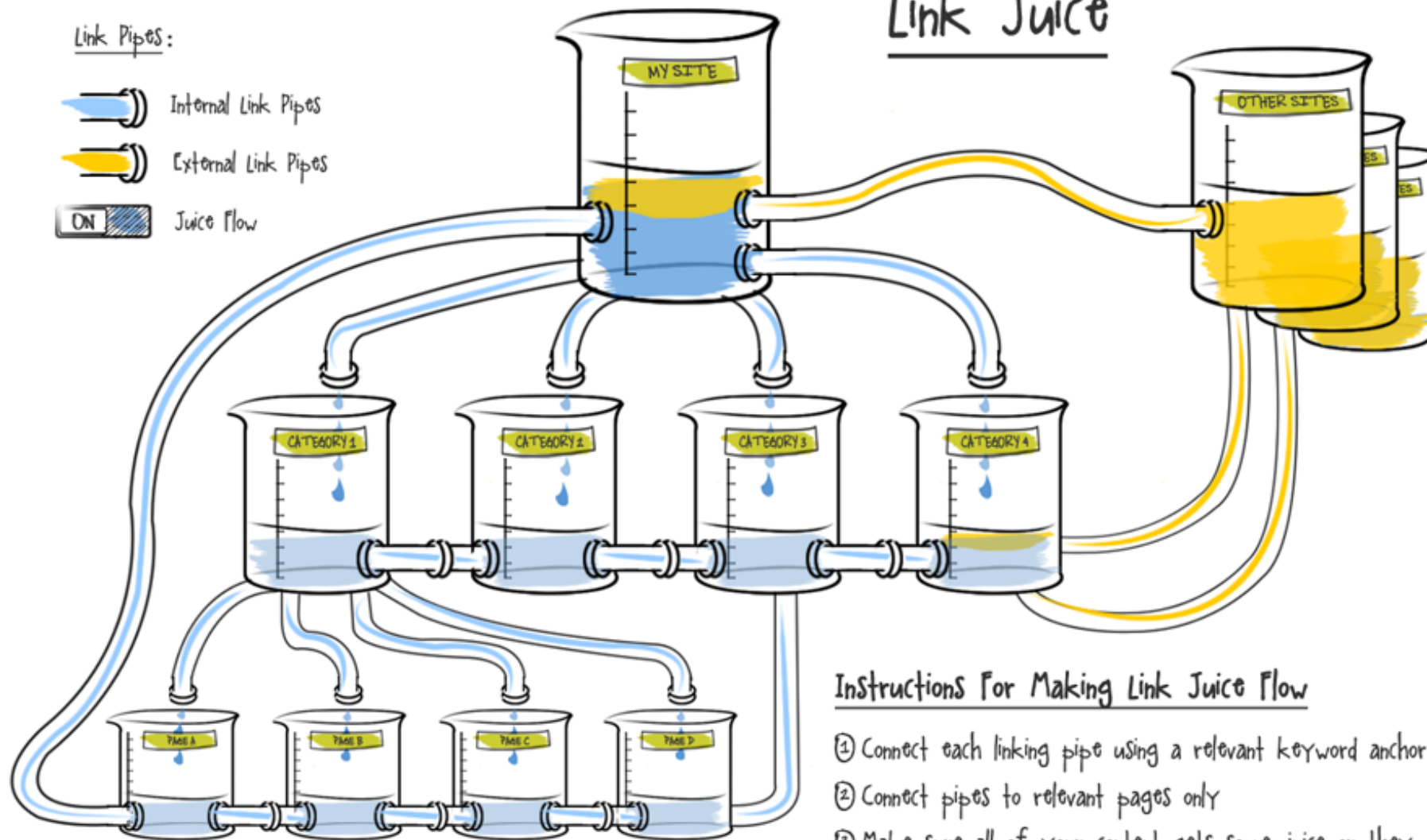
- ❖ Installation der **WooRank**-Erweiterung im Browser
 - ▶ SEO-Check beliebiger Websites direkt im Browser
- ❖ Installation des **Yoast**-Plugins auf Wordpress
 - ▶ SEO-Überprüfung schon bei Erstellung von Inhalten
 - ▶ viele Features, z.B. Sitemap-Generierung

IV. OFF-PAGE SEO

Wie wird mein Unternehmen auf Google gefunden?

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02

Link Juice



Instructions For Making Link Juice Flow

- ① Connect each linking pipe using a relevant keyword anchor text link
- ② Connect pipes to relevant pages only
- ③ Make sure all of your content gets some juice or they die
- ④ The pages that get the most juice will thrive
- ⑤ Links juice from other sites is very strong, and will help you rank, so connect to as many juicy sites as you can

INTERNE VERLINKUNGEN

- ❖ Links sollten **relevante Keywords** enthalten
- ❖ Seiten mit vielen **internen Links** (Hauptseiten, Landing Pages) erscheinen **relevanter** für den Crawler
- ❖ Links aus dem Footer, der Navigation etc. haben entsprechend geringeres Gewicht

WIE BEKOMMT MAN GUTE INCOMING LINKS?

❖ Erwähnung der Website

- ▶ auf Blogs
- ▶ in Diskussionsforen (Reddit)
- ▶ auf Social Media (Influencer, Gruppen etc.)
- ▶ in FAQs

❖ relevante, besondere, kostenlose Inhalte

- ▶ trotzdem qualitativ hochwertig
- ▶ z.B. kostenloses Whitepaper

WIE BEKOMMT MAN GUTE INCOMING LINKS?

❖ **direktes vs. indirektes Linkbuilding**

- ▶ **indirekt:** hochwertige Inhalte zur Verfügung stellen (Content Marketing) mit dem Ziel, dass User diese weiterverlinken
- ▶ **direkt:** selbst aktiv (oder über Agentur) Links erstellen lassen

❖ **Markierung bezahlter Links**

- ▶ <https://support.google.com/webmasters/answer/66356>

SOCIAL MEDIA

- ❖ **Wikipedia**
- ❖ **Facebook**
 - ▶ eigene Postings, welche zur Website verlinken
 - ▶ Beiträge in Gruppen
 - ▶ User ermutigen, Inhalte auf Facebook zu teilen
- ❖ **Twitter**
- ❖ **Frage/Antwort-Portale** (z.B. Reddit)

BACKLINK-ANALYSE

Führen Sie einen Backlink-Check über eines der folgende Tools aus

- ◆ <https://www.backlink-tool.org/>
- ◆ <https://neilpatel.com/backlinks/>
- ◆ <https://ahrefs.com/backlink-checker>

WIE BEKOMMT MAN GUTE INCOMING LINKS?

- ❖ Link-Texte **zur Verfügung** stellen
- ❖ Link **Partnerships** (vorher analysieren!)
 - ▶ Qualität (Page Rank, Trust Rank)
 - ▶ Gleiches Themengebiet
 - ▶ andere IP-Adresse (nicht aus dem gleichen Hause)
- ❖ **Nicht übertreiben** (Strafen/Penalties!)

WHITE HAT VS. BLACK HAT SEO

In der Terminologie der Suchmaschinenoptimierung (SEO) bezieht sich **White Hat SEO** auf die

- ▶ Verwendung von Optimierungsstrategien, -techniken und -taktiken, die sich
- ▶ auf ein **menschliches Publikum im Gegensatz zu Suchmaschinen** konzentrieren und
- ▶ vollständig den Regeln und Richtlinien von Suchmaschinen entsprechen.

BLACK HAT SEO

Verwendung aggressiver SEO-Strategien, -Techniken und -Taktiken, die sich

- ❖ nur auf Suchmaschinen und
- ❖ **nicht auf ein menschliches Publikum** konzentrieren und
- ❖ in der Regel nicht den Richtlinien der Suchmaschinen entsprechen.

Beispiele für Black Hat SEO-Techniken:

- ❖ Keyword-Stuffing
- ❖ unsichtbarer Text
- ❖ Doorway-Seiten (nur für die Suchmaschine, Nutzer auf Originalseite umgeleitet)
- ❖ Hinzufügen von Keywords, die nichts mit der Website zu tun haben
- ❖ Page Swapping (vollständige Änderung der Webseite, nachdem sie indiziert wurde)

KEYWORD STUFFING

```
<meta name="description" content="digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing  
digital marketing digital marketing digital marketing digital marketing">
```

MÖGLICHE STRAFEN (PENALTIES)

Keyword-Deranking

- ▶ Seite wird für ein spezielles Keyword schlechter geranked (schwierig, herauszufinden)

Keyword-Cluster-Deranking

- ▶ Seite wird für Keywords zu einem bestimmten Thema schlechter geranked

Site-Deranking

- ▶ Seite erhält ein schlechteres Ranking (sichtbar mit SEO-Tools)

Delisting

- ▶ Seite wird aus Google-Index ausgeschlossen

SEO-ANALYSE

Führen Sie einen **abschließenden SEO-Check** über folgendes Tool aus und interpretieren Sie die Ergebnisse.

◆ SEORCH

- ▶ mit Keyword
- ▶ ohne Keyword

ABSCHLIEßENDE EMPFEHLUNGEN

- ◆ Nutzung von **Yoast-Plugin** in Wordpress etc.
- ◆ regelmäßige Nutzung von **Google Search Console**
- ◆ regelmäßige SEO Checks
 - ▶ seorch.de
 - ▶ WooRank Browser Extension

Bei Fragen gerne melden: rene.kerschbaumer@campus02.at

HERZLICHEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Wie wird mein Unternehmen auf Google gefunden?

Dr. René Hubert Kerschbaumer
FH CAMPUS 02