



Das Ranking verbessern mit SEO

Die Menschen wollen keinen Viertelzoll-Bohrer, sie wollen Viertelzoll-Löcher in der Wand. (Theodore Levitt)

Wozu brauche ich SEO? Wie funktioniert es, und was ist dabei zu beachten?

Zuerst erkläre ich dir das Prinzip dieser Marketing-Strategie und die Hintergründe dazu. Ergänzend kannst du mein Video dazu anschauen. Im zweiten Teil stelle ich dir eine Checkliste für die Umsetzung zur Verfügung, die du kostenlos auch als PDF downloaden kannst.

Meine Tipps bieten dir Hilfe zur Selbsthilfe. Für alles, was darüber hinausgeht, bin ich persönlich für dich da.

[Anfragen](#)

[Leistungen & Preise](#)

SEO macht sichtbar

Stell dir vor, du sitzt mit Freunden in einer Pizzeria. Der Duft von Oregano liegt in der Luft, und du freust dich schon auf deine Pizza. Ah, da kommt sie! Schwungvoll stellt dir der Kellner den Teller hin, doch... Was ist das denn? Thunfisch und Zwiebel? Du wolltest die mit Feta und Spinat!

Nun sitzt du mit hungrigem Magen da und schaut den anderen beim Essen zu, während sich deine Bestellung in die Länge zieht.

So geht es Benutzern von Suchmaschinen, die eine bestimmte Information, ein Produkt oder eine Dienstleistung suchen, aber etwas anderes serviert bekommen. Sie sind frustriert.

Wenn das Gewünschte nicht mit dem Gelieferten übereinstimmt, sind die Gäste aber nicht die Einzigen, denen Nachteile daraus entstehen. Der Koch muss seine Arbeit in den Mistkübel werfen und von vorne beginnen, und die Inhaberin ist sicher auch nicht glücklich. So etwas spricht sich das herum, und sie läuft Gefahr, Kundschaft zu verlieren.

Die ideale Dreiecksbeziehung

Die Lokalbetreiberin ist die Suchmaschine, die von der Zufriedenheit der Gäste lebt. Diese wiederum sind Kunden, die ihre Wünsche erfüllt sehen möchten. Der Koch ist deine Firma, die das Produkt herstellt, und deine Website ist der Kellner, der es serviert. Ist diese so gestaltet, dass sie nicht dem Gesuchten entspricht (Stichwort Keywords), ist das zum Nachteil aller.

SEO und die Ranking-Kriterien der Suchmaschinen basieren auf einem Triple-Win-Prinzip. Sind die User zufrieden, weil sie bekommen, was sie wollen, ist die Suchmaschine beliebt und verdient sich eine goldene Nase. Nicht nur kann sie mehr Daten sammeln, sie wird auch umso öfter für Werbung genutzt, und das beschert ihr Milliarden. Daten und Geld bedeuten Macht. Als Leckerli für dein Zutun bekommst du ein besseres Ranking. Alle gewinnen: Die User, die Suchmaschine und du.

Eile mit Weile

Im Unterschied zu SEA (bezahlter Werbung in Suchmaschinen) ist SEO eine Langzeitmaßnahme und nicht zu unterschätzen. Wenn du zu wenig in sie investierst, nämlich Zeit, sparst du am falschen Fleck. Egal woran man spart, ob an Zeit oder Geld: Kurzichtiges Sparen zerstört, was lange aufgebaut wurde.

Als ich noch in Niederösterreich lebte, gab es dort ein sehr beliebtes Restaurant. Abend für Abend war es gesteckt voll, und die Autos parkten an den unmöglichsten Stellen, weil der Parkplatz aus allen Nähten platzte. Zwei Wochen im Voraus musste man schon reservieren, um einen Tisch zu ergattern. Hinz und Kunz traf man dort an!

Leider bekam die Chefin den Hals nicht mehr voll und beging einen folgenschweren Fehler: Um noch mehr abzuschöpfen, stellte sie Billigpersonal ein, das so schlecht Deutsch sprach, dass vieles schiefging, zu vieles. Es dauerte nicht lange, und die Gäste blieben aus.

Das ist nun zwanzig Jahre her, und das Lokal hat sich nie mehr erholt. Bis heute sitzen nur noch ein paar Dorfalkoholiker an der Bar und trinken ihre Spritzer.

Ein Wohnsitz in Venedig

Wo Tauben sind, fliegen Tauben zu, heißt es. Wo keine sind, denken sich die vorbeifliegenden Artgenossen, dass es einen guten Grund geben muss, warum dort keiner ist, und lassen sich woanders nieder. Nicht nur wir Menschen machen es so. Auch eine Suchmaschine folgt diesem Prinzip. Ihre Ressourcen stellt sie jenen zur Verfügung, die sie als verlässliche User-Lieferanten einstuft.

Mach aus deiner Website also möglichst den Markusplatz! Dann sind alle glücklich und zufrieden. 😊

Damit deine Website genau das serviert, was deine Kunden suchen: Ich helfe dir, die SEO-Kriterien zu beachten, und erstelle die passenden Texte für ein besseres Ranking.

[Anfragen](#)

[Video anschauen](#)

Tipps für die Umsetzung von SEO

1. **Wichtigkeit:** Bedenke, dass ein sehr großer Teil der Online-Käufe über Suchmaschinen zustande kommt. Eine Website ist kein Anhängsel, das man eben hat, sondern dein Schaufenster und ein machtvolleres Marketinginstrument.
2. **Blickwinkel:** SEO erfordert, dass du dich in die Position der Zielgruppe begibst. Es geht darum, sie bei ihrer Suche abzuholen und von deinem Produkt oder Service zu überzeugen.
3. **Prozess:** Es handelt sich um eine Langzeitmaßnahme, die erst nach einigen Monaten greift und auch dann laufend gepflegt werden muss.
4. **Paket:** SEO umfasst sowohl technische als auch gestalterische und inhaltsbezogene Maßnahmen.
5. **Technisch:** Die Verkleinerung von Bilddateien für eine kurze (insbesondere mobile) Ladezeit und Sicherheitsmaßnahmen sind nur zwei der Bereiche, die es zu beachten gilt. Für die meisten anderen sorgt bereits dein Hosting-Unternehmen. HTTPS mit SSL-Zertifikat, wie etwa das kostenlose Let's Encrypt, musst du aber selbst einrichten.

Nur für den Eigengebrauch bestimmt!



© Upfox Marketing e.U.

6. **Host:** Ein Anbieter mit einem übersichtlichen, gut verständlichen Controlpanel, in dem du vieles selbst erledigen kannst, und mit einem verlässlichen Service kann dir das Leben erleichtern! Meiner ist easyname. (Nein, sie zahlen mir nichts für die Erwähnung. Sie wissen gar nichts davon.)

7. **Bilddateien:** Lade Bilder bereits zugeschnitten auf die nötige Größe, jedoch als PNG hoch. JPG kann verschwommen wirken. Komprimiere sie dann mit Hilfe eines Plugins, z.B. WP Optimize. Zitat meiner Trainerin von der Content-Akademie: „Es gibt für alles ein Plugin!“ (Zu viele solltest du aber auch nicht verwenden.)

8. **Keywords sind der Schlüssel:** Deswegen heißen sie so. Sie sollten den antizipierten Suchbegriffen entsprechen, mit denen deine Website gefunden werden soll. Idealerweise machst du vorher eine Keyword-Suche, zum Beispiel mit dem Google Keyword-Planer, ergänzt durch eine Trend-Recherche mit Google Trends. ChatGPT hilft dir dabei, deine Keywords sinnvoll einzubauen. Texte mit Keywords zu überladen, ist kontraproduktiv!

9. **Zielgruppen-Jargon:** Verwende Keywords in der Art, wie dein Zielpublikum sich ausdrückt. Denke auch an Wortgruppen und ganze Fragen, die wahrscheinlich in der Suche verwendet werden.

10. **Triple-Win:** Die Suchmaschinen belohnen dich mit einem höheren Ranking, wenn die Nutzer durch deine Mithilfe finden, wonach sie suchen. Umso mehr Werbeeinnahmen lukrieren sie.

11. **Goldenes Dreieck:** Je weiter oben deine Website gelistet ist, desto eher wird sie entdeckt. Der Fokusbereich unserer Wahrnehmung ist links oben am Bildschirm und hat die Form eines Dreiecks. Man nennt ihn daher das goldene Dreieck der Suche. Platziere dort auch wichtige Buttons auf deiner Website!

12. **Seite zwei ist ein Zombie:** Die obersten Plätze auf der ersten Seite sind von Anzeigen belegt. Erst danach werden organische (natürliche) Ergebnisse gerankt. Vielen Usern fällt der Unterschied nicht auf. Sie klicken meist das Erste an, was ihnen serviert wird. Trotzdem lohnt sich SEO, um zumindest auf Seite eins zu sein. Auf die zweite klickt kaum noch jemand.

13. **Tricks:** Versuche nicht, die Suchmaschine zu überlisten. Sie ahndet das und lässt dich nach unten plumpsen.

14. **Content mit Mehrwert:** Die besten SEO-Maßnahmen nützen wenig, wenn der Content nicht viel hergibt. Die User klicken ihn weg und kommen wahrscheinlich nicht wieder. Daher legen auch Suchmaschinen zunehmend Wert auf brauchbaren Inhalt.

15. **Verweildauer:** Ein wichtiges Kriterium für ein gutes Ranking ist nämlich die Verweildauer der User. Kehren die meisten gleich zur Suchmaschine zurück (Absprungrate), bewertet sie den Content als schlecht und rankt die Seite nach unten.

16. **Engagement (englisch ausgesprochen):** Interaktion der Nutzer mit der Website zeigt der Suchmaschine, dass diese interessant für sie ist. Gib Besuchern also Möglichkeiten, aktiv zu werden, indem sie ein Video ansehen, einen Selbsttest machen oder was immer sich thematisch eignet.

17. **Usability:** Eine funktionierende, sinnvolle Verlinkung und klar strukturierte Navigation tragen dazu bei, dass sich User länger auf der Website aufhalten. Die Suchmaschine nimmt das als Indiz für interessanten Content. Siehe dazu mein Artikel samt Checkliste zum Thema.

18. **Up-to-date:** Halte nicht nur deine Links aktuell, sondern auch den Inhalt selbst. Ein Beitrag zur letzten Weihnachtsaktion auf der Startseite ist super, aber nur vor Weihnachten, nicht noch zwei Monate später. Das erweckt den Eindruck, als würde sich um die Website (und womöglich auch den Kundenservice) kümmern.

19. **Text:** Deine Website-Texte sollen verständlich und mit Zwischenüberschriften versehen sein. Gliedere sie außerdem in Absätze. Bei längeren Texten eignet sich ein Inhaltsverzeichnis am Anfang samt kurzer Zusammenfassung des zu erwartenden Inhalts. Der Satzbau soll zwar variieren, vermeide jedoch Schachtelsätze und zu viele Sätze im Passiv.
20. **Textlänge:** SEO-Plugins weisen darauf hin, dass der Text eine gewisse Länge haben soll. Die Bereitschaft der Nutzer, lange Texte zu lesen, nimmt jedoch ab. Wähle eine Länge, die Sinn macht, statt Texte künstlich auszudehnen.
21. **User Experience (UX):** Ein für deine Zielgruppe ansprechendes Design, leichte Lesbarkeit durch eine ausreichende Schriftgröße und guten Farbkontrast sowie schnelle Ladezeiten tragen zu Wohlbefinden der Nutzer bei und laden sie zum Verweilen ein. Auch dazu mehr in meinem Beitrag mit Checkliste „Web-Usability und UX“.
22. **Barrierefreiheit:** Auch dieser Bereich umfasst einige wichtige Kriterien. Neben gutem Farbkontrast für Menschen mit Sehbehinderung ist das Ausfüllen des Alternativtexts zu den Bildern ein zentrales Element. Außerdem kannst du dort Keywords einbauen. Beachte auch die richtige Abfolge in der Überschriften-Struktur (H1 – H2 – H3 - ...) und schreibe keine Wörter in Großbuchstaben (außer mit Inline-CSS). Screenreader lesen die Buchstaben sonst einzeln vor.
23. **Metabeschreibung:** Fülle den Beschreibungstext zu jeder Seite und jedem Beitrag unter Einbindung deiner Keywords aus. Sonst tut es die Suchmaschine, indem sie den Anfang des Texts zeigt. Die Metabeschreibung (auch Snippet genannt) sind jene paar Textzeilen, die in den Suchergebnissen unter dem verlinkten Titel der Seite oder des Beitrags zu sehen sind.
24. **Permalink:** Das, was oben im Browser angezeigt wird, ist der sogenannte Permalink der Seite, des Beitrags, PDFs oder Bilds. Er sollte aus wenigen Wörtern bestehen, die den Inhalt widerspiegeln, und nicht eine ellenlange, nichtssagende Buchstaben-Zahlen-Abfolge sein.
25. **Verlinkungstext:** Dieser soll bereits Aufschluss darüber geben, wo man hingeleitet wird. „Hier“ ist nicht sonderlich informativ. „Detailblatt öffnen“ ist da schon aussagekräftiger. Am besten verwendest du ein passendes Keyword.
26. **Favicon:** Deine Website sollte im Reiter ein Favicon anzeigen, etwa dein Logo, nicht das von WordPress oder deines Anbieters. Es wirkt professionell und hilft beim Branding. Spätestens wenn du die Website zum Startbildschirm deines Smartphones hinzufügst und das Icon dort angezeigt wird, wirst du sehen, dass das Sinn macht.
27. **Vorschaubild:** Um auf PDFs zu verweisen, ermuntert an geeigneter Stelle ein verlinkter Screenshot davon eher zum Anklicken als bloßer Text. Die ideale Größe sind 400 Pixel für die Länge im Hoch- bzw. Breite im Querformat.
28. **Off-site SEO:** Es zählt auch, wie viele andere Websites auf deine verlinken. Bloße Verlinkung ohne Kontext bringt aber nichts mehr. Wird hingegen in Blogartikeln anderer auf deine Website verwiesen, wertet die Suchmaschine das als sehr positiv.
29. **Social Media:** Meta und Google sind keine Freunde. YouTube gehört zu Google, und eine Präsenz auf der Plattform, von der Traffic (Besucherstrom) auf die Website kommt, ist aus Sicht des Konzerns ein Pluspunkt. Wenn du Google My Business nutzt, ist es genauso. Wer hätte das gedacht...? 😊
30. **Kein Click-Baiting:** Google hat angekündigt, gegen die ausgefuchste Methode vorgehen zu wollen, User mit dramatischen Überschriften zum Anklicken einer Seite zu bewegen, auf der dann nicht viel

steht. Lass so etwas also bleiben! Du hinterlässt nur Besucher, die nach reißerischen Überschriften enttäuscht vom Inhalt sind und sich veräppelt fühlen.

31. **Hosting:** Gratis-Websites werden von Suchmaschinen weniger geschätzt als jene, in die auch etwas investiert wird. Natürlich ist eine Gratis-Website besser, als gar keine zu haben, aber eben nicht hinsichtlich SEO.

32. **Responsive Website:** Für einfache Vorgänge verwenden die meisten Nutzer eher das Smartphone, für komplexere den PC. Eine gute Darstellung auf verschiedenen Endgeräten ist ein entscheidender Faktor und state-of-the-art.

33. **Google:** Nutze auch die Google Search Console, statt nach Vermutungen und Schätzwerten vorzugehen. Wenn Google dir Verbesserungsvorschläge macht, bekommt es durchaus mit, ob du dich darum bemühest oder es ignorierst und alles so stehenlässt.

34. **WordPress-Plugins:** WP Optimize und Rank Math SEO sind zwei Plugins, die ich für SEO verwende. Aktualisiere alle Plugins regelmäßig und manuell. Stellst du auf automatische Updates um, kann es passieren, dass dir ein Plugin die Website lahmlegt („White Screen of Death“), du es nicht gleich mitbekommst und nicht mehr nachvollziehen kannst, welches es war.

35. **SEO-Check:** Verwende regelmäßig Tools, die dir ein genaueres Bild von bereits erfüllten und noch verbesserungswürdigen SEO-Kriterien geben. PageSpeed Insights oder die SEO Check-App sind nur zwei davon.

36. **Ranking-Check:** Tappe nicht in die Falle, das Ranking deiner Website in dem Browser zu prüfen, den du sonst verwendest! Die Suchergebnisse sind personalisiert. Die Suchmaschine weiß genau, wer vorm PC sitzt, und liefert dir für dich typische Ergebnisse. Du siehst deine Website ganz oben auf der ersten Seite, andere womöglich gar nicht. Verwende daher einen unbenutzten Browser im Inkognito-Modus oder einen, der keine IP-Adressen speichert, wie DuckDuckGo, Vivaldi oder Tor.

Die Checkliste ist eine Einstiegshilfe. SEO beinhaltet noch einiges mehr, doch du würdest den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen.

Du brauchst Unterstützung bei der SEO-Optimierung? Ich helfe dir weiter.

[Anfragen](#)

[Strategie-Check](#) | [Homepage](#) | [Folder](#)

Astrid Schernhammer ist auf [Werbetexte aus Kundenperspektive](#) spezialisiert. Mit ihrer Agentur Upfox Marketing unterstützt sie KMU und EPU in ganz Österreich dabei, den Kundennutzen in den Fokus zu rücken. Ihr Schwerpunkt liegt auf Website-Texten, die typische Fragen bei der Google- und KI-Suche direkt beantworten.