
SEO-Tools für kleine Budgets

Impuls-Vortrag bei WP-Bern, Mai 2023
Gerd Zimmermann, WP-Service.ch

Was ist Suchmaschinenoptimierung?

- Unter Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization, Abkürzung: SEO) werden alle Maßnahmen technischer und inhaltlicher Natur verstanden, um die Rankings einer Website und damit deren Sichtbarkeit in den Ergebnislisten von Suchmaschinen zu verbessern. Quelle: [searchmetrics](#)
- Suchmaschinenoptimierung (engl. search engine optimization, SEO) bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, die Sichtbarkeit einer Website und ihrer Inhalte für Benutzer einer Websuchmaschine zu erhöhen. Die Optimierung bezieht sich auf die Verbesserung der unbezahlten Ergebnisse im organischen Suchmaschinenranking (Natural Listings) und schließt direkten Traffic und den Kauf bezahlter Werbung aus. Die Optimierung kann auf verschiedene Arten der Suche abzielen, einschließlich Bildersuche, Videosuche, Nachrichtensuche oder vertikale Suchmaschinen (themenbezogene Suchmaschinen). Die Suchmaschinenoptimierung ist ein Teilgebiet des [Suchmaschinenmarketings](#). Quelle: [Wikipedia](#)

Was ist Suchmaschinenmarketing?

- Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing, SEM) ist ein Teilgebiet des [Online-Marketing](#) und umfasst **alle** Maßnahmen zur Gewinnung von Besuchern für eine Webpräsenz über Websuchmaschinen.
- Suchmaschinenmarketing wird unterteilt in Suchmaschinenwerbung (Search Engine Advertising, SEA) und Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO). Häufig wird SEM auch noch als Synonym für Suchmaschinenwerbung verwendet, was sich auf die Einblendung von Werbe-Anzeigen, sog. Sponsorenlinks (Paid Listing), die nach dem Prinzip des Keyword-Advertising auf der Suchergebnisseite dargestellt werden, bezieht.

Quelle: [Wikipedia](#)

Was ist Online-Marketing?

- Online-Marketing (auch *Internetmarketing* oder *Web-Marketing* genannt) umfasst alle Marketing-Maßnahmen, die online durchgeführt werden, um Marketingziele zu erreichen, dies reicht von Markenbekanntheit bis zum Abschluss eines Online-Geschäftes. Durch die Entwicklung von Onlinemedien zum Massenmedium wird Online-Marketing meist als konventionelle, obligatorische Marketingstrategie angesehen.

Quelle: [Wikipedia](#)

Inhaltsverzeichnis [Verbergen]

- 1 Geschichte
- 2 Eigenschaften und Abgrenzung
- 3 Formen des Online-Marketing
 - 3.1 Website
 - 3.2 Display Advertising
 - 3.3 Suchmaschinenmarketing (SEM)
 - 3.4 Content Marketing
 - 3.5 E-Mail-Marketing
 - 3.6 Influencer-Marketing
 - 3.7 Affiliate-Marketing
 - 3.8 Social Media Marketing
- 4 Verbreitete Messgrößen
- 5 Literatur
- 6 Weblinks
- 7 Einzelnachweise

Verbreitete Messgrößen zur Erfolgsmessung von Online-Marketing

- Anzahl der Seitenabrufe (auch als Page Impressions bzw. Hits bezeichnet)
- Anzahl der Sitzungen (Folge direkt aufeinander folgender Seitenaufrufe, auch als Sessions bezeichnet)
- Anzahl der einzelnen Besucher (auch als Unique Visitor bzw. Unique User bezeichnet)
- Verweildauer eines Nutzers auf der Seite
- [Absprungrate](#) (engl. Bounce-Rate, Abk.: BR)
- Anzahl der konvertierten Besucher bzw. konvertierten Sitzungen (auch Konversionen, Umwandlungen, engl. Conversions oder Leads)
- Anteil der konvertierten Besucher bzw. der konvertierten Sitzungen (auch Umwandlungsquote, engl. Conversion-Rate, Abk.: CR)
- Anzahl der organischen Besucher (auch als Organical Visitor bzw. Organical User bezeichnet)
- Durchklickrate (engl. Click-Through-Rate, Abk.: CTR)
- Kosten pro Klick (engl. Cost-per-Click, Abk.: CPC)

Quelle: [Wikipedia](#)

Die SEO-Industrie

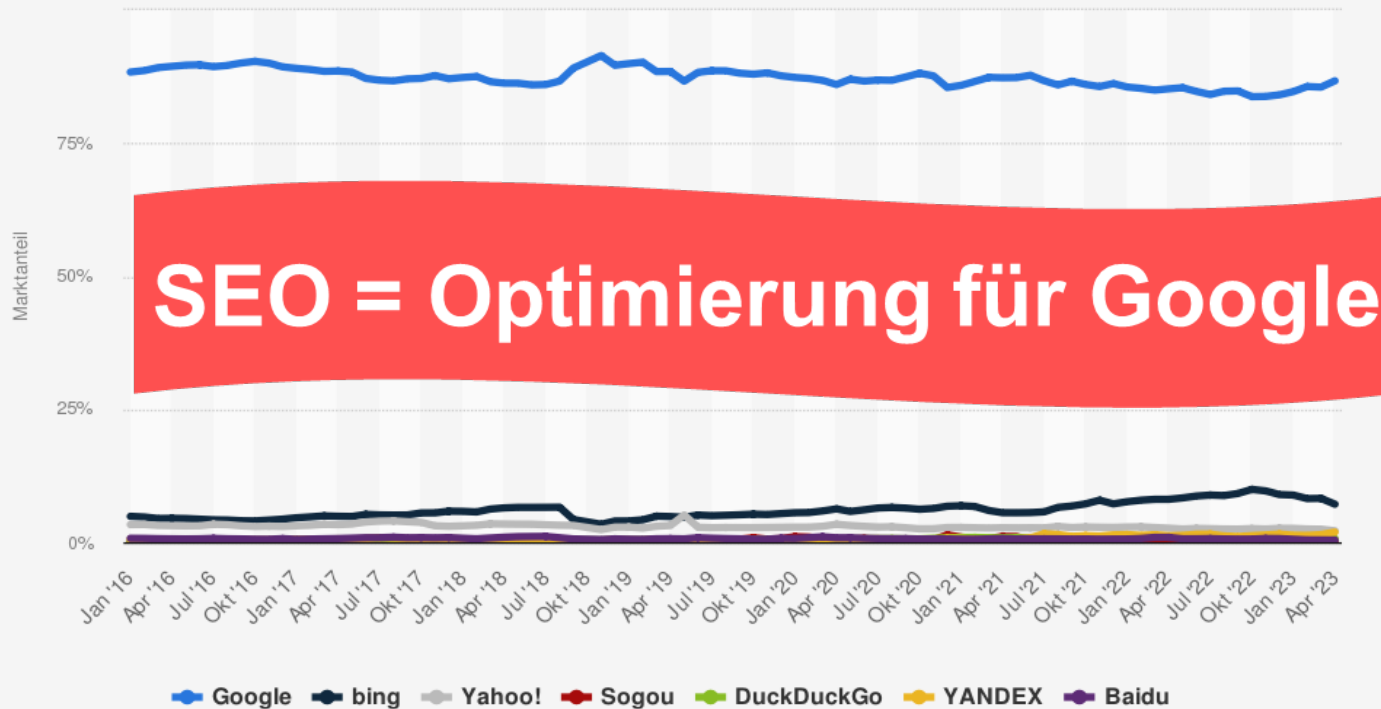
- Es gibt viele Dienstleister, die umfangreichen Service anbieten, deren Qualität jedoch schwierig einzuschätzen ist
- Es gibt viele kostenpflichtige Profi-Tools, die den SEO-Prozess an verschiedenen Stellen unterstützen:

Sistrix (99 €), SEMrush (\$ 119), ahrefs (\$ 99), Moz Pro (\$ 99), XOVI (99 €), Ryte, SearchMetrics, LinkResearchTools (499 €), Majestics (39 €), und viele andere mehr

▶ Hier geht es um pragmatische Vorgehensweisen für engagierte WordPress-Anwender, die tendenziell „Nischen“-Seiten betreuen

Welche Suchmaschine ist relevant?

Marktanteile der meistgenutzten Suchmaschinen auf dem Desktop nach Page Views weltweit von Januar 2016 bis April 2023



SEO = Optimierung für Google

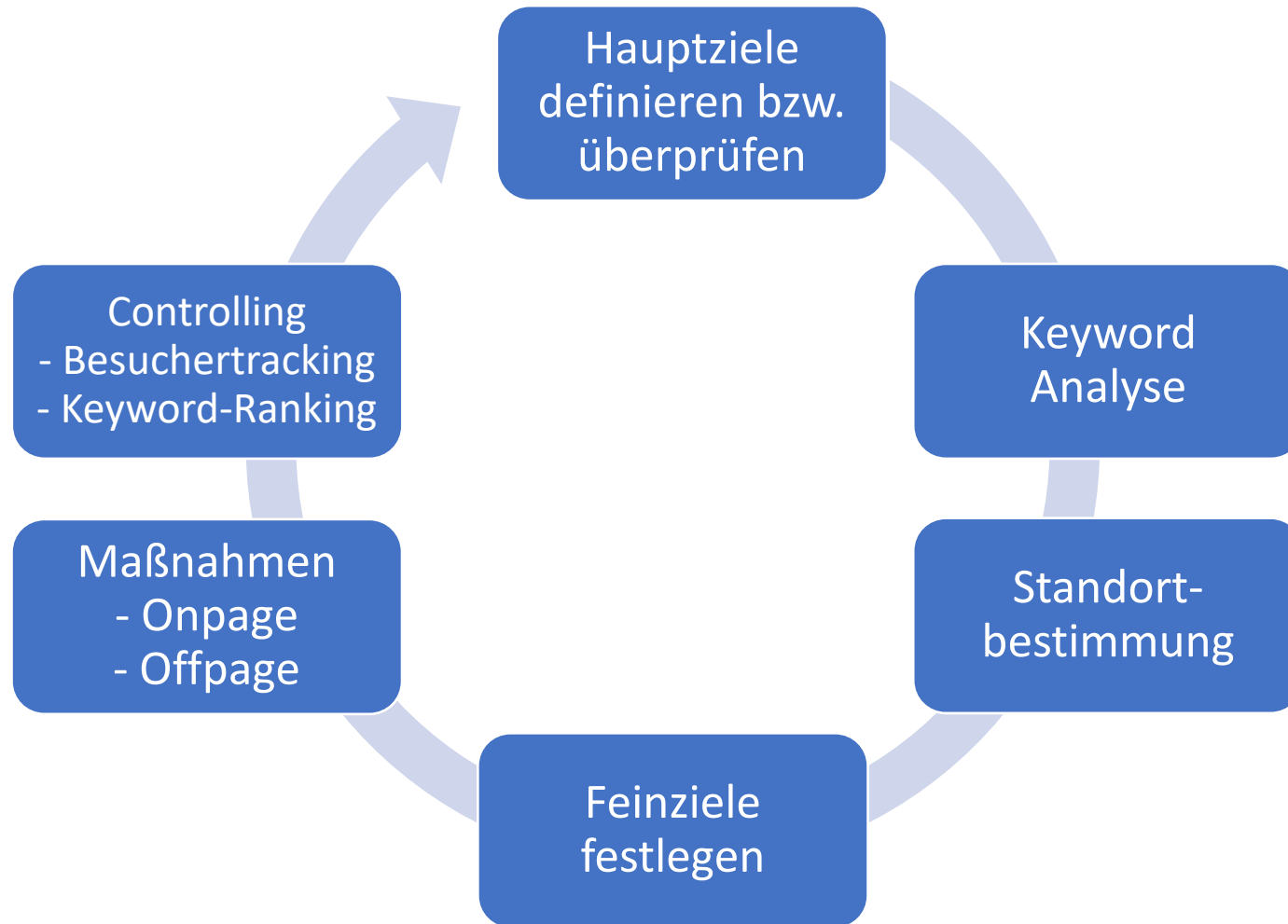
Quelle
StatCounter
© Statista 2023

Weitere Informationen:
Weltweit; Desktop Search Engine Market Share

In der westlichen Welt ist Google mit aktuell 86,7 % nach wie vor Marktführer! Nur im asiatischen und russischen Sprachraum, gibt es ernsthafte Konkurrenz. Quelle: de.statista.com

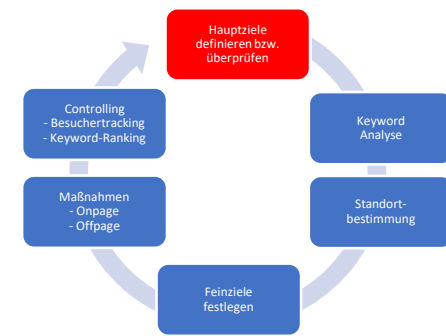
Für rund 96 Prozent der Suchen über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets wurde im April 2023 in Deutschland die Suchmaschine Google herangezogen. Quelle: de.statista.com

Idealisierterter SEO-Prozessablauf



- ▶ **Relevante und messbare Zielsetzungen von Anfang an**
- ▶ **Suchmaschinenoptimierung ist ein ständiger Prozess**

Hauptziele definieren

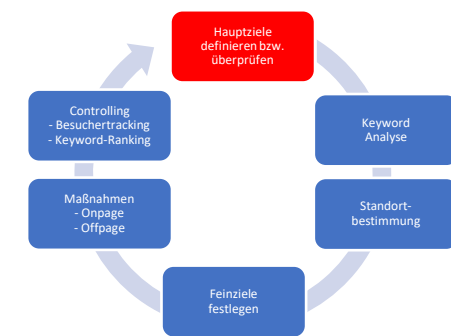


Was ist das Ziel des Website-Betreibers mit SEO?

- Webseite soll gefunden werden?
- Gutes Ranking der relevanten Keywords?
- Guter Wert in einem Sichtbarkeitsindex?
- Steigerung der Besucherzahlen?
- Senkung der Absprungrate?
- Conversion-Optimierung
- ?

Ziele sollten
- konkret
- messbar
- realistisch
formuliert sein

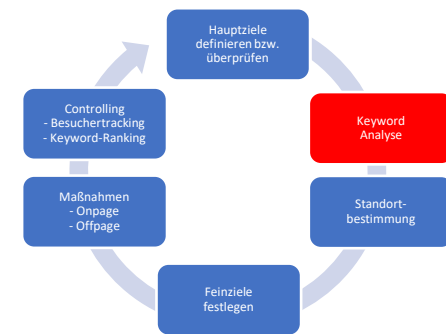
Wie sieht die Customer Journey für meinen konkreten Case aus?



Typische Customer Journey:

- Onlinerecherche – Vorauswahl – Kontaktaufnahme – Beratungsgespräch – Vertragsabschluss – Rechnungsempfang – Bezahlung – Empfang der Ware – Nutzung der Ware – (Reklamation) – (Wiederkauf) – (Weiterempfehlung) – (Absprung).
- Weiterführende Quellen:
<https://www.mysdm.ch/blog/in-7-schritten-zur-customer-journey-uebersicht/>
<https://storyhub.ch/customer-journey-und-marketing-funnel-einfach-erklaert/>

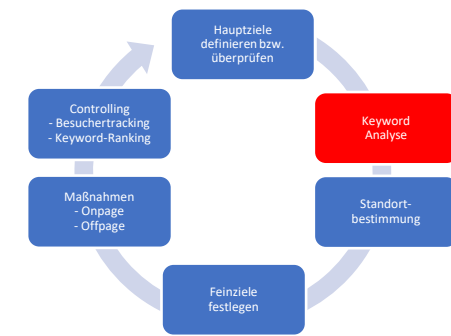
Arten und Länge von Keywords



- Longtail, Midtail und Shorttail Keywords
 - Shorttail Keyword: Hotel
 - Midtail Keyword: Hotel Spanien
 - Longtail Keyword: Hotel mit Pool in Spanien
- Navigations-, Informations- und Transaktions-Keywords
 - Navigations-Keyword: „Samsung Galaxy S21“
 - Informations-Keyword: „Samsung Galaxy S21 Testbericht“
 - Transaktions-Keyword: „Samsung Galaxy S21 online bestellen“
- Immer die Suchintention beachten!

Keywordcluster
je Seite/Artikel
definieren

Keyword Analyse – Recherche Einstieg



Darum geht's

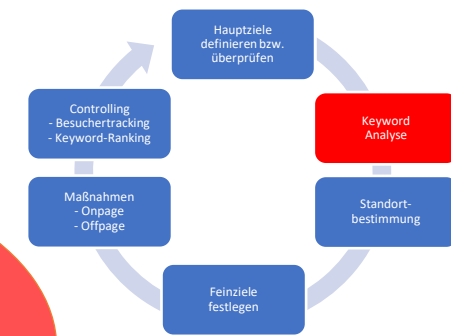
- Für mein Thema interessante Keywords finden

Tools

- Eigenes Brainstorming
- Fachexperten zum Thema der Homepage befragen
- Lexika sinn- und sachverwandte Wörter
- Verwandte Suchanfragen der Google Suche
- Analyse von Konkurrenzseiten

**Keywords immer im
Privaten bzw.
Inkognito-Fenster
testen!**

Keyword Analyse – Recherche systematisch



Excel oder LibreOffice sind für SEO Standardtools!

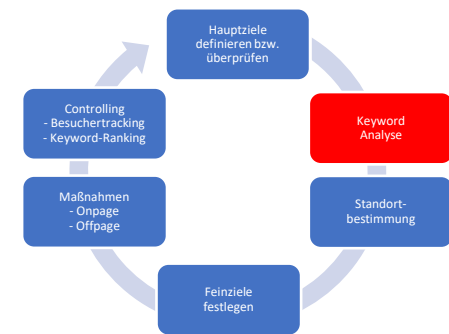
Darum geht's

- Für mein Thema interessante Keywords finden

Tools

- Google [Keyword-Planner](#) (Aktiver Google Adwords-Account notwendig)
- [Google Suggest](#) = Google Suche
 - Vervollständigung, ähnliche (Suchan-)Fragen sammeln mit
 - [SERP Keyword Scraper](#) oder
 - [Keyword Surfer](#) (nur für Chrome)
- [Google Search Console](#) (Häufigste Suchanfragen unter Leistung)
- [Google Trends](#)
- [SEORCH Ultrasuggest](#)
- [Ubersuggest](#) (7-Tage-Test oder 1 Projekt)
- [KWFinder](#) (10-Tage-Test)
- [Long Tail Pro](#) (8-Tage-Test, \$8)
- [HyperSuggest](#) (eingeschränkter 7-Tage-Test)
- [Keyword Tool](#)

Keyword Analyse – Bewertung

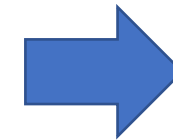


Darum geht's

- Aus den gesammelten Keywords die relevanten finden. In der Regel, die mit hohem Suchvolumen

Tools

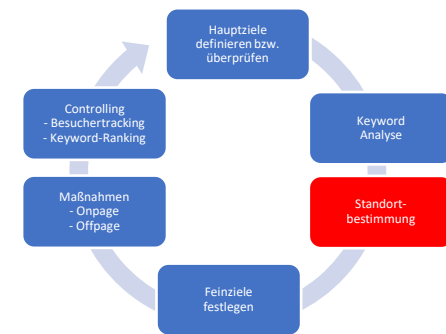
- Google [Keyword-Planner](#) (Aktiver Google Adwords-Account notwendig)
- [Ubersuggest](#) (Rank Tracking) (7-Tage-Test oder 1 Projekt)
- [KWFinder](#) (10-Tage-Test)
- [Long Tail Pro](#) (7-Tage-Test)
- [SERPROBOT](#) (10 Keywords kostenlos, sonst \$ 4,99/Monat)
- Excel / LibreOffice Calc



Am Ende liegt eine gruppierte Liste (Cluster) der relevanten Keywords vor, die als Grundlage für die Weiterentwicklung der Inhalte und das laufende Controlling dient

Standortbestimmung - Onpage

Analyse der eigenen Seite und relevanter Mitbewerber



Darum geht's

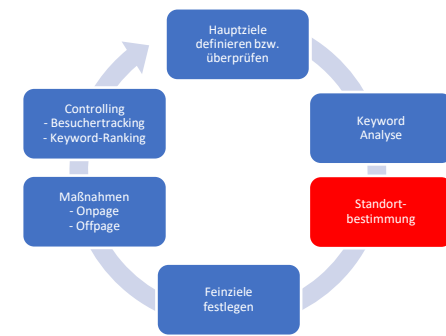
- Ist die Seite SEO-technisch „fehlerfrei“ erstellt?
 - robots.txt
 - H1 auf jeder Seite
 - Logische Überschriftenstruktur
 - Titel-Tag mit Keywords
 - Meta-Description mit Keywords
 - Bilder komprimiert und mit Alt-Tags und Beschreibung versehen
 - Vergleichbar gute Performance zu Mitbewerbern

Tools

- Google-Suche mit site:domain.ch
- [Merkle SEO-Tools](#) (z.B. robots.txt Tester)
- [Website Planet robots.txt Tester](#)
- [Test für Rich-Suchergebnisse](#)
- [Screaming Frog](#) (bis 500 URL kostenlos, eingeschränkte Version)
- [Seobility](#) (für die eigene Website eingeschränkte Version kostenlos)
- [Ahrefs](#) – Site Audit (für die eigene Website eingeschränkte Version kostenlos)

Standortbestimmung - Offpage

Analyse der eigenen Seite und relevanter Mitbewerber



Darum geht's

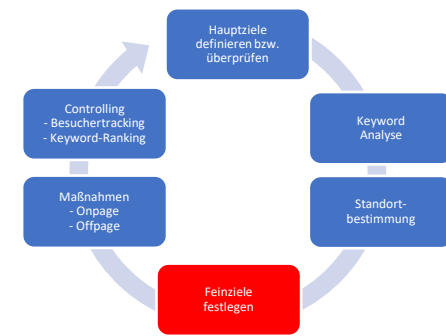
- Bei Offpage geht es hauptsächlich um Backlinks
 - Welche Backlinks habe ich?
 - Welche Backlinks hat die Konkurrenz?
- Daneben zählen Social Signals und Brand Marketing dazu
 - Erwähnung, Likes oder Retweets (umstritten!)
 - Suchvolumen des Markennamens, Verweildauer etc.

Tools

- [Google Search Console](#)
- [Ahrefs](#) (für die eigene Website eingeschränkte Version kostenlos)
- [OpenLinkProfiler.org](#) (Login erforderlich)
- [LinkResearchTools](#) (17 € für 7 Tage)

Es gibt keine eindeutige Backlink-Messung!
⇒ Immer mehrere Backlink-Checker nutzen

Feinziele festlegen



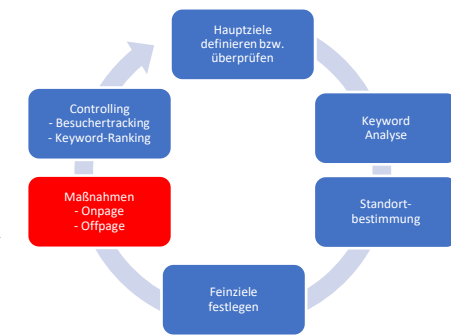
Darum geht's

- Aus der Standortbestimmung konkrete und messbare Feinziele ableiten
- Prioritäten und Zeitplan festlegen

Tools

- Saubere Dokumentation mit beliebigen Office-Tools

Plugins zur Onpage-Optimierung

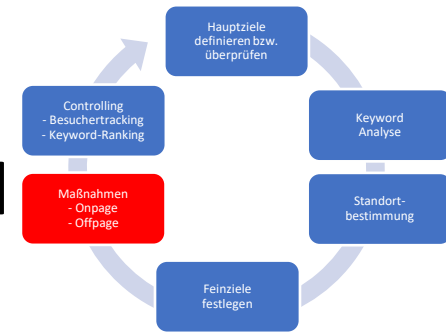


- [Yoast SEO](#) (Active Installs: 5+ Million)
- [Rank Math](#) (Active Installs: 2+ Million)
- [All in One SEO Pack](#) (Active Installs: 3+ Million)
- [SEOPress](#) (Active Installs: 200.000)
- [wpSEO](#) (10 Tage kostenloser Test)
- [SEO Ultimate](#) (Active Installs: 40.000+, seit 7 Jahren nicht aktualisiert)
- [DELUCKS SEO](#) (Active Installs: 700+)
- [SEO Friendly Images](#) (Active Installs: 40.000+, seit 8 Jahren nicht aktualisiert)
- [Table of Contents Plus](#) (Active Installs: 300.000+)
- [Yet Another Related Posts Plugin](#) (Active Installs: 300.000+)

Balance zwischen Speicherverbrauch und Funktionalität finden

Maßnahmen zur Onpage-Optimierung - 1

Alles, was technisch und inhaltlich auf der Seite gemacht wird



Darum geht's

- Keywords angemessen einsetzen
- Guter relevanter Content (Content is King)
- Klare Struktur der Seite
 - Übersichtliche Navigations- und Verzeichnisebenen
- spezifischen Meta-Daten auf jeder Seite
 - Title Tag (wichtigste Element der SEO)
 - Meta Description
- Texte sinnvoll gliedern und auszeichnen
 - Hauptüberschrift H1
 - Zwischenüberschriften H2-H3 logisch und nahtlos aufbauen
 - Fließtext in <p>-Tags
 - Fett, Kursiv, Listen
- Interne Verlinkung
 - Sprechende Linktexte

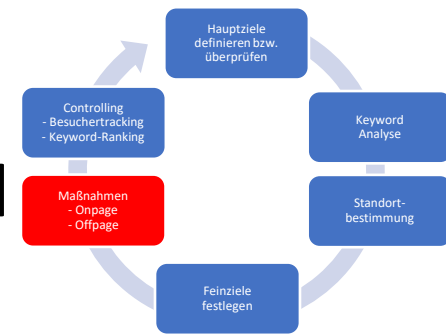
Keywords in möglichst vielen dieser Punkte verwenden

Tools

- SEO-Plugins
 - [SEO META in 1 CLICK \(Chrome\)](#)
 - [SEO META 1 COPY \(Chrome & Firefox\)](#)
- [SEORCH](#)
- [Screaming Frog](#) (bis 500 URL kostenlos, eingeschränkte Version)

Maßnahmen zur Onpage-Optimierung - 2

Alles, was technisch und inhaltlich auf der Seite gemacht wird



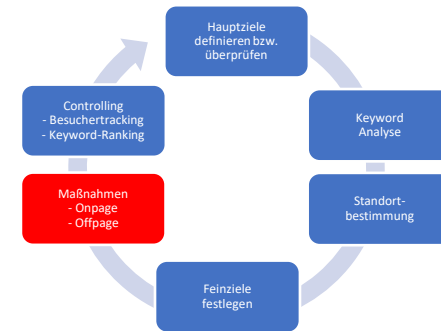
Darum geht's

- Medien (Bilder, Videos, Strukturierte Daten)
 - Dateinamen und Bildtitel immer sprechend!
 - Immer mit Alt-Attributen versehen!
- **Strukturierte Daten** für Rich Snippets verwenden
- Nicht sichtbare Inhalte wie Tabs oder maximierbare Bereiche (Accordions) eher vermeiden (umstritten!)
- Links mit monetärem Interesse „entwerten“ (rel=„nofollow“)
- Sitemaps erstellen und in Search Console eintragen
- Responsive Design
- HTTPS
- Screenreader-Kompatibilität
- Saubere URLs (ohne Parameter)
- Gültiges HTML (W3C)
- Keine Broken-Links
- Optimierte Ladezeiten (Performance)

Tools

- SEO-Plugins
- [Test für Rich-Suchergebnisse](#), [schema.org](#)
- [Nofollow manuell setzen](#) oder [Rank Math](#)
- Accessibility Tools
 - [WAVE Evaluation Tool](#) ([Google](#), [FireFox](#) & [Edge](#))
 - [Accessibility Insights for Web](#) ([Chrome](#) & [Edge](#))
- [JitBit SSL Check](#)
- [W3C Feed Validation Service](#)
- [Broken Link Checker](#)
- Ladezeiten testen
 - [PageSpeed Insights](#), [GTmetrix](#), [Pingdom Tools](#), [WebPageTest](#), [Darebost](#), [Website Carbon calculator](#) u.a.

Maßnahmen Offpage-Optimierung



Alle externen Maßnahmen, um die Seite in den Suchmaschinen voranzubringen

- Backlinks aufbauen
 - auf natürliche Weise
 - Linkpartnerschaften
 - Aktiv auf anderen Seiten kommentieren
 - Einträge in Webkatalogen, -verzeichnissen und sonstigen Linklisten (auch regional)
 - Kostenlose Downloads anbieten
 - Pressemitteilungen
- Konkurrenzanalyse
 - Backlinks-Checker nutzen
- Social Media (Facebook, Twitter, YouTube etc.)
 - Verlinkung zum eigenen Account
 - Zum Teilen auffordern

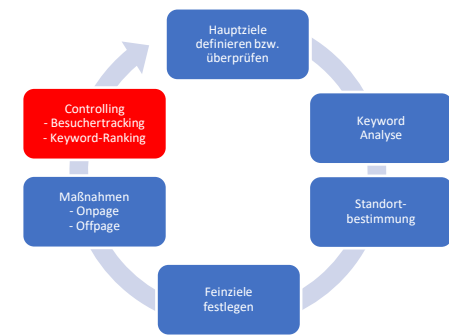
Tipps für den Backlink-Aufbau:

- Thematische Nähe und Relevanz des Backlinkgebers beachten
- DomainRank bzw. DomainWert beachten (≠ PageRang!)
- Nicht 100 Links/Tag erstellen
- Linktexte sorgfältig formulieren
- Nie Backlinks kaufen!

Link-Tipps zum Backlink-Aufbau:

- [Backlink-Aufbau Schritt für Schritt](#)
- [10 Quellen kostenloser Backlinks](#)

Controlling



Worum geht's

- Messen, ob die Maßnahmen eine Veränderung gebracht haben

Tools

Besucher-Tracking

- [Google Analytics](#)
- [Matomo](#)
- [Statify](#) / [Koko-Analytics](#)
- [Ubersuggest](#)

Datenschutz beachten!

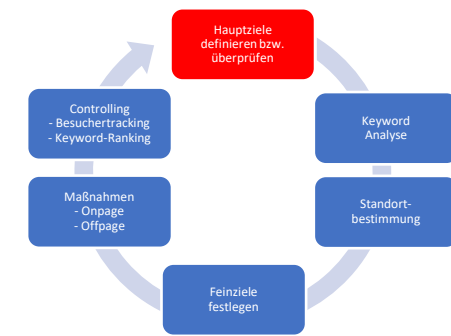
Rank-Tracking

- [SERPROBOT](#)
- [Seobility](#)
- [Ubersuggest](#)

Backlink-Tracking

- [Google Search Console](#)
- [Ahrefs](#)

Hauptziele überprüfen



Worum geht's

- Abgleich mit den festgelegten Zielen
- Bei Bedarf Maßnahmen anpassen

Tools

- Saubere Dokumentation mit beliebigen Office-Tools
- Excel / LibreOffice Calc

SEO ist von Anfang an relevant

- Auswahl der Domain
(enthält idealerweise wichtigstes Keyword – heute weniger bedeutend!)
- Auswahl des Providers
(Hohe Erreichbarkeit, schnelle Serverantworten)
- Standort des Servers
(möglichst in dem Land aus dem die meisten Besucher kommen)
- Auswahl des Themes, der Plugins
(korrekte Umsetzung von Tags, Cannonicals etc.)
- Struktur der Seite
Benennung von (Unter-)Seiten, URL-Struktur
- ...



**Ein Relaunch
sollte immer mit
einer SEO-Analyse
beginnen!**

Lohnende Tools, die Geld kosten

- **Ubersuggest**
- **SERPBOT**
- **Ahrefs**
- **Seobility**
- **Semrush** (7 Tage Trial)
- **Majestic**
- **Mangools**
(KWFinder, SERPChecker, SERPWatcher, LinkMiner, SiteProfiler)
- **Sistrix** (14 Tage testen)
- **MOZ** (30 Tage Trial)
- **LinkResearchTool** (17€ für 7 Tage)

Tools sind noch lange nicht so weit, dass sie SEO automatisch erledigen können!

Links zum Vertiefen

- [Google: Search Quality Rating Guidelines](#)
- [Google: Einführung in die Suchmaschinenoptimierung](#)
- [Google: Search Console-Hilfe, insbesondere Benötigen Sie einen SEO?](#)
- [Die ultimative Checkliste zur Onsite & Onpage Optimierung](#)
- [netz-gaenger.de: Teil 8: OnPage SEO für die Firmenhomepage](#)
- [Computerwoche: Die besten Tipps zur Suchmaschinenoptimierung](#)
- [Offpage SEO und die richtigen Maßnahmen der Offpage Optimierung](#)
- [SEO & Online Marketing Tools 2022](#)
- [SEO KPIs: Die wichtigsten SEO-Kennzahlen für das Jahr 2023](#)
- [SEO-KPIs – 11 SEO-Kennzahlen die wirklich wichtig sind](#)
- [SEO Konkurrenzanalyse richtig durchführen - eine Step-by-Step Anleitung](#)

Danke für Eure
Aufmerksamkeit!
Fragen?

Kontakt: [wp-service.ch/seo](https://www.wp-service.ch/seo)
mail@wp-service.ch
<https://www.linkedin.com/in/gerd-zimmermann-wp/>