



*SVENJA
BÖDECKER

WIE DU BEI GOOGLE GEFUNDEN WIRST

Dein Wegweiser für mehr Sichtbarkeit im Internet

Inhalt

SEO-GRUNDLAGEN

- ... So funktioniert Google
- ... SEO-Begriffe, die du kennen solltest
- ... Stellschrauben für mehr Sichtbarkeit

SEITEN-OPTIMIERUNG

- ... Keyword & Content
- ... Seitenstruktur

EXTRAS

- ... Tool-Tipps
- ... SEO-Checklisten



Du hast eine Webseite mit einem tollen Angebot und vielen wertvollen Informationen, aber kaum Seitenbesucher?

Du hast viele Mühe investiert, um deine Webseite zu gestalten. Sie zeigt Leidenschaft, Fachwissen und deine einzigartigen Angebote.

Trotzdem scheint sie in den Weiten des Internets unterzugehen. Die Besucherzahlen sind ernüchternd, obwohl du ständig in den sozialen Medien postest.

Stell dir vor, wie es wäre, wenn

- deine Kundinnen dich ganz einfach **über Google finden.**
- du **nicht mehr ständig auf allen Kanälen aktiv sein musst**, weil deine Webseite regelmäßig neue Besucher:innen anzieht.
- deine Expertise und **deine Angebote die Aufmerksamkeit bekommen**, die sie verdienen.

Die gute Nachricht:
Das alles ist möglich – mit der Magie von SEO (Suchmaschinenoptimierung).

Dafür du musst weder Technik-Expertin sein, noch in teure Werbemaßnahmen investieren.

Mit Hilfe von SEO wird deine Webseite zu deiner digitalen Visitenkarte.

Mit ein paar cleveren Strategien und Techniken optimierst du deine Webseite so, dass sie sowohl von Google als auch von deinen Wunschkundinnen gefunden wird.

Und das Schöne daran:

- SEO bringt dir nachhaltige **Sichtbarkeit, ohne Werbekosten.**
- Du kannst Schritt für Schritt vorgehen und deine **Webseite kontinuierlich verbessern.**
- Deine **Webseite wächst mit dir** und deinem Business.
- Du baust eine solide Online-Präsenz auf, **die langfristig Früchte trägt.**

Bist du bereit, deiner Webseite mehr Sichtbarkeit zu verleihen? Mit diesem Workbook begleite ich dich bei deinen ersten SEO-Schritten – ganz ohne komplizierte Technik oder großes Marketingbudget.

SEO-Grundlagen

Stell dir vor, deine Kunden würden dich im Internet finden und sich von selbst bei dir melden.

Du könntest

- den organischen Traffic auf deiner Webseite erhöhen.
- gezielt die Rankings bestimmter Keywords bei Google verbessern.
- deine Markenbekanntheit steigern.
- die Benutzererfahrung auf deiner Webseite verbessern.
- deine Conversion-Rate durch organischen Traffic steigern.

Genau das ist das Ziel von SEO.

Wenn du mit SEO deine Sichtbarkeit verbessern willst, musst du verstehen wie Google und Co. funktionieren und was du optimieren kannst. Suchmaschinen arbeiten nach komplexen Prozessen und Algorithmen. Keine Sorge, darüber werde ich jetzt nicht sprechen. Aber du solltest dir immer wieder klar machen, dass Suchmaschinen ein Ziel haben: Nutzern passende Antworten vorzuschlagen.

Hier ist das Ziel von Google:

"GOOGLE HAT SICH ZUM ZIEL GESETZT, DIE INFORMATIONEN DER WELT ZU ORGANISIEREN UND SIE ALLGEMEIN ZUGÄNLICH UND NUTZBAR ZU MACHEN.

DESHALB MACHEN WIR ES DEN NUTZERN LEICHT, IN DER GOOGLE SUCHE GANZ UNTERSCHIEDLICHE ARTEN VON INFORMATIONEN AUS EINER VIELZAHL VON QUELLEN ZU FINDEN."



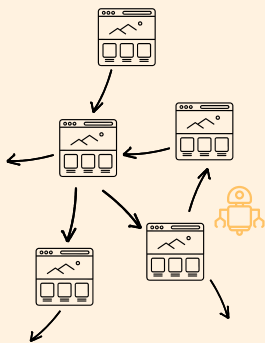
“Ich google das mal”. Aber wie findet Google eigentlich so schnell, was wir suchen?

Wenn du einen Suchbegriff bei Google eingibst, erhältst du in wenigen Sekunden eine Übersicht von tausenden oder sogar vielen Millionen Ergebnissen. Um das zu schaffen, verwendet Google komplizierte Prozesse und Algorithmen. Um die geht es hier natürlich nicht! Wenn du dir aber deine SEO-Strategie erstellst, musst du grundsätzlich verstehen, wie Suchmaschinen funktionieren.

Bei Google besteht der Prozess aus drei Schritten:

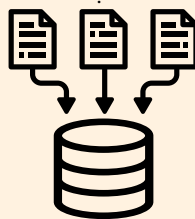
1. CRAWLING

Google durchsucht ständig das World Wide Web, um herauszufinden, welche Seiten existieren.



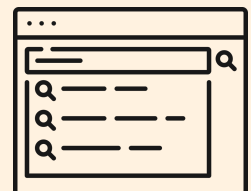
2. INDEXIERUNG

Die gefundenen Seiten werden in einer riesigen Datenbank, dem Index, abgelegt und mit relevanten Keywords verschlagwortet.



3. ANZEIGE (SERP)

Google vergleicht die Anfrage mit den Keywords im Index und zeigt eine Liste der relevantesten Seiten.



Google versucht anhand deiner kurzen Eingabe in die Suchmaske, dem Keyword, zu verstehen, was deine Suchintention ist und welche Webseite am besten dazu passen könnte. Je besser dein Content dann zur Suchanfrage deiner Zielgruppe passt, desto zufriedener sind die Leser. Google merkt sich das und bewertet die Seite demnächst höher. Das ist gut für dich, denn jetzt beginnt deine Aufwärtsspirale und dein Ranking verbessert sich.



Wenn du nicht auf Seite 1 erscheinst, ist die Wahrscheinlichkeit gering, dass du gefunden wirst.

Für dich als Selbständige oder Unternehmerin kann SEO einen echten Unterschied in der Sichtbarkeit bedeuten. Warum?

Wo startest du, wenn du dich über etwas informieren willst? Richtig, du "googlest". Suchmaschinen sind der erste Anlaufpunkt bei der Suche nach Ideen und Angeboten.

So denkt auch deine Zielgruppe.

Mit einer guten SEO-Strategie und hochwertigen Inhalten kannst du dich von der Masse abheben. Und wenn deine Besucher zufrieden sind, steigert das wiederum deine Sichtbarkeit. Bist du einmal in diesem SEO-Strudel drin, werden deine Seiten wieder häufiger in den Suchergebnissen angezeigt. Der Vorteil: Du kannst die Fragen deiner Zielgruppe immer besser beantworten und sorgst so dafür, dass du langfristig Traffic auf deine Webseite bekommst.





SEO-Grundlagen

*Für viele ist SEO-Optimierung ein
Mysterium. Deshalb möchte ich dir erst
einmal einige Begriffe erklären.*

SEO wird häufig mit Technik und Programmierung in Verbindung gebracht. Das liegt vielleicht daran, dass die Suchmaschinenoptimierung viele technische Ausdrücke verwendet. Ich versuche mal, ein wenig Licht ins Fachvokabelndunkel zu bringen. Hier sind die wichtigsten Begriffe:

Absprungrate (Bounce Rate)

Das ist der Anteil der Besucher, der deine Website gleich nach dem Öffnen wieder verlässt. Eine hohe Absprungrate ist oft ein Zeichen dafür, dass die Inhalte nicht den Erwartungen entsprechen.

Alt-Text

Du kannst für jedes Bild einen Text einfügen, der angezeigt wird, wenn das Bild nicht geladen werden kann. Er ist wichtig für die Barrierefreiheit deiner Webseite und hilft Suchmaschinen, den Inhalt von Bildern zu verstehen.

Backlinks

Links, die von einer anderen Webseite auf deine verweisen, sind Backlinks. Meistens handelt es sich um Empfehlungen und sie können dein Ranking verbessern. Beispiel: Mehrere Seiten linkten auf einen hilfreichen Blogbeitrag auf deiner Webseite.

Content-Marketing

Content hat, anders als andere Inhalte, immer ein Ziel. Unter Content-Marketing versteht man das Erstellen und Veröffentlichen von wertvollen und relevanten Inhalten, um Kunden zu gewinnen.

Crawling

Das bedeutet das Durchsuchen des Internets nach Inhalten. Programme wie der Googlebot lesen nach festgelegten Vorgaben laufend Webseiteninhalte und speichern neue Informationen und Änderungen in einer riesigen Datenbank. Dabei hangeln sie sich von Link zu Link durchs Internet.

Domain-Authorität

Sie beschreibt, wie stark du mit deiner Webseite in deinem Thema als Expertin wahrgenommen wirst. Je besser, desto höher kann dein Ranking sein. Google erkennt das unter anderem an der Menge hochwertiger Backlinks.



Keywords

Ein Wort oder eine Phrase, die ein Internet-Nutzer in die Suchmaschine eingibt, um eine Information zu finden. Sie bilden die Brücke zwischen der Suchanfrage und der gefundenen Seite. Beispiel für ein Keyword "blaue Laufschuhe mit gedämpfter Sohle".

Ladezeit

Das ist die Zeit, die eine Webseite braucht, um vollständig geladen zu sein. Warum das wichtig ist? Wie lange schaut du einer Seite beim Laden zu. Die meisten Internetnutzer haben keine Geduld und sind nach wenigen Sekunden verschwunden, wenn sie nicht sehen, was sie suchen.

Long Tail Keyword

Ein Long Tail Keyword ist ein Keyword, dass sich aus mehreren Wörtern zusammensetzt. Eine längere, spezifischere Suchphrase, die gezielter auf ein ganz bestimmtest Ergebnis ausgerichtet ist. Long Tail Keywords haben meist weniger Suchvolumen, aber oft höhere Conversion-Raten.

Meta-Daten

Metadaten sind strukturierte Daten einer Webseite. Sie geben Internetnutzer:innen Auskunft über die Inhalte auf der gefundenen Seiten und helfen Google, den Inhalt besser zu verstehen.

Zu den wichtigsten Meta-Daten gehören der Meta-Titel und die Meta Description.

On-Page SEO

Bezeichnet alle Maßnahmen zur Optimierung der Struktur und Inhalte direkt auf deiner Webseite. Dazu gehören die Verbesserung von Texten, Überschriften (H1, H2, H3), Bildern, Meta-Daten, Verlinkungen usw.

Organischer Traffic

Es handelt sich um Webseitenbesucher, für die du nicht zahlen musst. Deshalb ist er besonders wertvoll. Als organische Klicks zählen Klicks über die Suchmaschinen, direkte Eingabe der URL in den Browser, Klicks über soziale Netzwerke oder Backlinks.

SERP (Search Engine Results Page)

Dies ist die Ergebnisseite, die dir eine Suchmaschine anzeigt, nachdem du ein Suchwort eingegeben hast. Also, die erste Seite, die Google anzeigt.

Short Tail Keywords

Es sind kurze, allgemeine Suchbegriffe, wie "Laufjacke" oder „Kinderfahrrad“. Sie haben oft ein hohes Suchvolumen, allerdings auch einen hohen Wettbewerb. Für kleine Unternehmen kann es schwierig sein, für diese Keywords zu ranken. Eine Mischung aus Short Tail und Long Tail Keywords hilft dir, deine Seitenbesucher gezielt anzusprechen.

Suchintention

Sie beschreibt die Absicht, die ein Internetnutzer mit der Anfrage verfolgt. Google versucht die Suchintention zu verstehen, um die relevanteste Antwort zu geben. Mit der Suchanfrage "Rührkuchen einfach" wird vermutlich nicht der nächste Bäcker gesucht, sondern ein einfaches Backrezept.

Natürlich gibt es noch viel mehr Begriffe.

Aber wenn du diese hier kennst, dann hast du schon einmal einen guten Überblick.



Du kannst an vielen Stellschrauben drehen, um deine Sichtbarkeit bei Google zu verbessern.

SEO mag manchmal wie ein kompliziertes Puzzle erscheinen. Im Grunde geht es aber darum, deine Webseite so zu gestalten, dass sie von Google leichter gefunden und von deinen Besuchern gerne besucht wird.

Du kannst dir diese Stellschrauben wie die Regler an einem Mischpult vorstellen. Du kannst sie einzeln anpassen oder in Kombination mit anderen. Einige dieser Stellschrauben sind leichter zu bedienen, andere erfordern etwas Übung.

Auch mit kleinen Verbesserungen bringst du deine Webseite immer einen Schritt weiter in die Sichtbarkeit. Die drei Hauptbereiche in der SEO sind Inhalt, Technik und Backlinks.

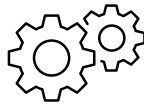


Inhalt - Das Herz deiner Webseite

Der Inhalt ist das Fundament deiner Webseite. Dazu gehört alles, was du dort zeigst: Texte, Bilder, Videos. Je hochwertiger und interessanter dein Inhalt ist, desto eher wird er von deinen Lesern als positiv bewertet.

So kannst du Inhalte optimieren:

- Keywords
- Hochwertige Inhalte
- Webseitenstruktur
- Lesbare Texte: Verwende Überschriften, Aufzählungen, Absätze usw.
- Metadaten
- Interne Verlinkungen
- uvm.



Technik – Das Gerüst deiner Sichtbarkeit

Zur Technik gehört alles, was im Hintergrund passiert, also Einstellungen, damit deine Webseite gut funktioniert.

Das gehört zur technischen Optimierung:

- Schnelle Ladezeiten
- Mobile Optimierung
- Sicherheit
- URL-Struktur
- XML-Sitemap
- Weiterleitungen
- uvm.



Backlinks – Die Brücke zu anderen

Backlinks sind Links, die von anderen Seiten auf deine Webseite verweisen. Du kannst sie als Empfehlungen von anderen sehen. Viele Backlinks zeigen Google, dass deine Seite vertrauenswürdig erscheint.

So kannst du Backlinks erhalten:

- Branchenverzeichnisse
- Gastbeiträge in Blogs
- Fachartikel
- Partner-Links
- Soziale Medien
- Sponsorings
- uvm.



Sei empathisch und fühle dich in deine Zielgruppe hinein. Was denkt sie und was wünscht sie sich?

Fragst du dich, was Empathie mit deinen Keywords zu tun hat? Es geht darum, deinen Blickwinkel zu ändern und die Perspektive deiner Kunden einzunehmen. Verstehe, warum jemand eine bestimmte Suchanfrage stellt.

Häufig beginnen Unternehmen ein Kundengespräch mit sich selbst. Sie reden über ihre Produkte, Varianten, Funktionen oder wieviel man mit ihrem Angebot sparen kann. Das klingt dann oft so: "Mit unserer Bohrmaschine drehen sie 4 Mal schneller und 3 Mal tiefer ein Loch in die Wand."

Doch **wenn du das richtige Keyword für dein Angebot finden willst, versetze dich in deine Kund:innen hinein.** Es geht nicht darum, was DU toll findest. Es geht darum, was deine Zielgruppe bewegt. Welche Wünsche, Herausforderungen oder Fragen haben sie, und wie kannst du diese mit deinem Angebot erfüllen oder beantworten.

Ändere deine Denkweise. Anstatt zu überlegen, wie du dein Produkt präsentieren kannst, **frage dich "Wie kann ich meinen Kunden bei ihren Herausforderungen helfen?"** Das ist dein erster Schritt zu einer erfolgreichen SEO-Optimierung.

Konzentriere dich auf deine Zielgruppe. Was suchen sie? Welches Problem wollen sie lösen? Was macht sie glücklich? Wofür geben sie ihr Geld aus? Was kannst du ihnen bieten? **Stell dir vor, deine Zielgruppe sucht genau dein Produkt, weiß aber noch nicht, dass es die perfekte Lösung für ihr Problem ist.**



On-Page-Optimierung

*Optimiere für deine Leser,
nicht für Google!*

Für Google war und ist Content das Allerwichtigste. Doch gute Texte allein reichen nicht aus, um in den Suchergebnissen ganz oben zu erscheinen. Auch die Struktur, Lesbarkeit, Formatierungen usw. verbessern deine Inhalte.

Es geht darum, Inhalte zu erstellen, die einen echten Nutzen und Mehrwert für den Leser bieten.

Die optimale Aufbereitung all dieser Elemente ist die On-Page-Optimierung, also alles, was du direkt auf deiner Seite anpassen kannst.

Aber es gibt eine wichtige Regel: Keine faulen Tricks! Google kennt keine Gnade und ist sehr gut darin, Manipulationen aufzuspüren und abzustrafen. Ehrlichkeit und Transparenz hingegen zahlen sich langfristig aus.

Ein weiterer ganz wichtiger Faktor in der Suchmaschinenoptimierung ist Geduld. SEO ist ein Prozess und eher vergleichbar mit einem Marathon als mit einem Sprint.

Es wird eine Weile dauern, bis deine Seite so aufgebaut ist, dass Google versteht, was Du anbietest.

SEO muss nicht zeitaufwendig sein. Oft sind es kleine Verbesserungen, die aber eine große Wirkung haben.

Je besser die Nutzererfahrung deiner Seite wird, desto besser wird dein Ranking.



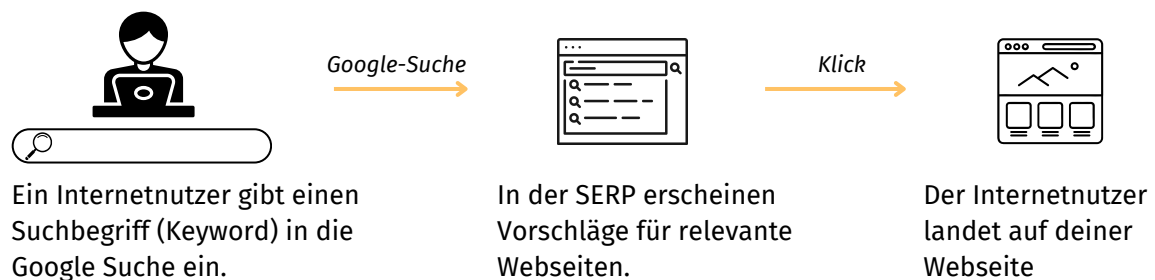
Keywords und Content gehören zusammen.

Damit deine Webseite bei einer Suchanfrage in der Suchergebnisliste (SERP) ausgespielt wird, musst du wissen, wonach deine Zielgruppe konkret sucht. Das hat nichts mit Hellseherei und Magie zu tun, sondern mit Empathie, Erfahrung und einer guten Keyword-Recherche.

Ohne eine Keyword-Recherche kannst du zwar vermuten, wonach deine Kund:innen suchen. Aber möglicherweise

- tappst du völlig im Dunkeln.
- erstellst du Content, den niemand interessiert oder
- erstellst du relevanten Content, den aber niemand findet.

Keywords sind die Brücke zwischen deiner Zielgruppe und den Inhalten auf deiner Webseite. Das kannst du dir das so vorstellen:



Finde heraus, was die Suchintention deiner Leser:innen ist und wonach sie suchen: Informationen, Produktangebote, Orte oder News? Wenn du das weißt, erstelle einzigartige und relevante Inhalte für dein ausgewähltes Fokus-Keyword.

Wünschst du dir eine Strategie, die deinen Blog, Social Media und deinen Newsletter verbindet?

Mit einer strategischen Content-Planung schaffst du genau das. Starte mit deinen Zielen, definiere Wunschkund:innen und finde relevante Themen. Danach geht's an die Jahres- und Monatsplanung. Der Vorteil: Du schreibst über Themen, die deine Zielgruppe interessieren und deine Beiträge ergänzen sich über alle Kanäle hinweg.

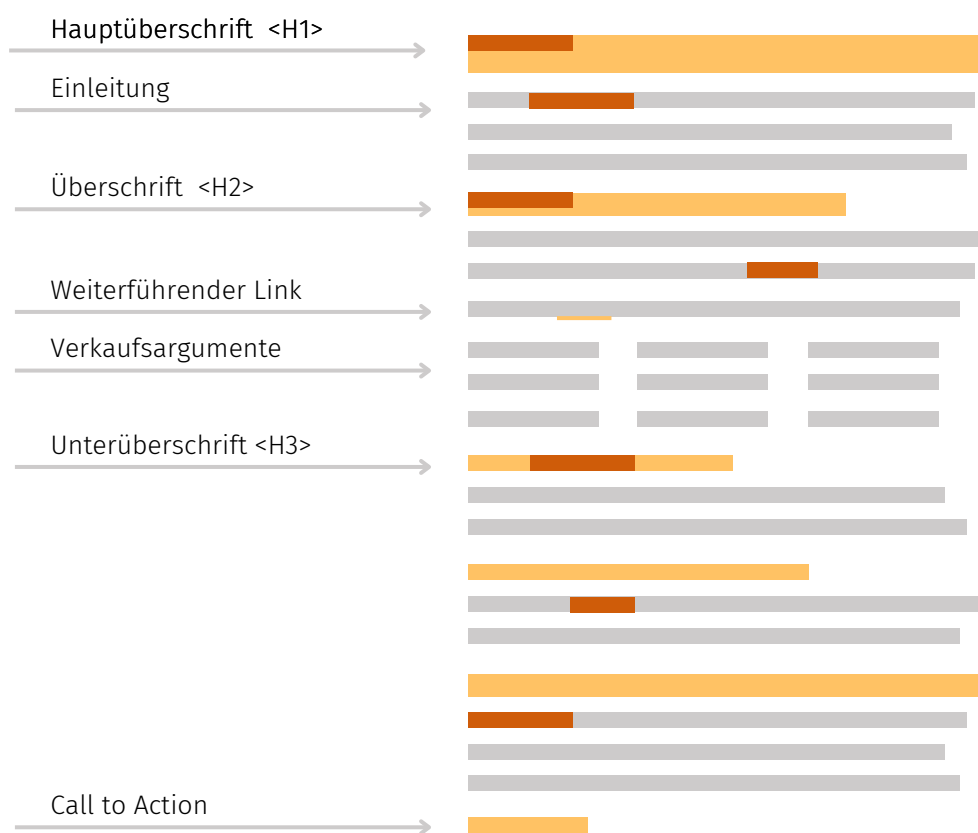
Möchtest du mehr erfahren?

Finde heraus, wie du in wenigen Schritten deinen Redaktionsplan erstellst.



Führe deine Leser durch deine Seite und zeige ihnen, wo es wichtig wird.

Im Internet suchen die meisten Leser nach konkreten Informationen. Oder sie möchten etwas kaufen und Preise vergleichen. Was auch immer die Suchintention deiner Zielgruppe ist, deine Informationen müssen leicht zugänglich und einfach zu lesen sein. Führe deine Leser mit einer guten Struktur durch den Inhalt.



An einem Bildschirm lesen Menschen anders als in einem Buch. Viel langsamer, weil es anstrengender ist.

Außerdem scannen die meisten Leser die Seiten nur, das heißt das Auge springt von Ankerpunkt zu Ankerpunkt. Viele verlieren das Interesse, wenn sie nicht sofort erfassen, worum es geht. Stelle deshalb das Wichtigste an den Anfang. Und denke daran, dass überall Ablenkungen lauern und die Aufmerksamkeits-Spanne gering ist.

Gestalten deine Texte eingängig: kurze Wörter, kurze Sätze, kurze Absätze, Aufzählungen, Fettdruck und andere Elemente an denen das Auge hängenbleiben kann.



On-Page Optimierung ist der Lidstrich für deine Webseite. Sie macht sie attraktiver und relevanter.

Verwende sprechende URLs

Viele Webseiten tragen Namen wie www.domain.de/ieonwie8370wkw?i3. Darunter kann sich niemand etwas vorstellen. Sprechende URLs zeigen deinen Seitenbesuchern und Google, worum es geht, wie www.meine-domain.de/rezept-zimtschnecke. Das erhöht die Klickrate, schafft Vertrauen und verbessert dein Ranking.

Erstelle Meta-Daten, die zum Klicken animieren

Der Meta-Titel und die Meta-Beschreibung erscheinen in der SERP, nachdem du eine Suchanfrage gestellt hast. Sie geben Lesern einen Vorgeschmack auf das, was sie auf deiner Seite erwartet.

Recherchiere deine Keywords

Keywords zeigen wonach deine Leser tatsächlich suchen und wie du diese Begriffe elegant in deinen Content einbauen kannst. Sie sind die Brücke zwischen deiner Webseite und deiner Zielgruppe. Ohne sie ist SEO nicht möglich.

Strukturiere deine Inhalte mit Überschriften

Überschriften (H1, H2, H3, ...) sollen deine Inhalte strukturieren und eine Hierarchie zeigen – Verwende sie nicht für die optische Gestaltung. Sie leiten Google und deine Besucher durch deinen Content. Gut strukturierte und keyword-optimierte Überschriften verbessern nicht nur dein Ranking. Der Text ist für Leser besser zu scannen und leichter aufzunehmen.

Erstelle klare und präzise Texte

Deine Texte sind das Herzstück deiner Webseite und der Kern bei der SEO. Leser suchen hilfreiche Texte, die klar strukturiert und gut lesbar sind. Verwende Absätze, Aufzählungen und Nummerierungen, Tabellen oder andere Hervorhebungen. Schreibe kurz und prägnant. So fühlt sich deine Zielgruppe angesprochen und nimmt die Botschaft wahr, die du mitteilen möchtest.

Verwende Bilder, die deine Botschaft unterstützen

Bilder und Grafiken können Emotionen oft besser transportieren. Sie helfen, den Inhalt besser zu verstehen und Inhalte anschaulicher und ansprechender zu gestalten.

Extras

Nützliche Tools und Checklisten

Google Search Console

search.google.com/

Unverzichtbar für deine Analysen. Die Search Console zeigt dir, wie Google deine Seite sieht. Du kannst sehen, für welchen Suchbegriff deine Seite rankt, wie oft darauf geklickt wurde und welche Seiten die beste Leistung bringen.

Das Tool informiert dich, wenn technische Probleme auf deiner Webseite auftreten und gibt Hinweise, wie du sie lösen kannst. Das ist ziemlich hilfreich. Das perfekte Tool, um deine SEO-Leistung im Blick zu haben und zu verbessern.

PageSpeed Insights

pagespeed.web.dev

Dieses Tool hilft dir, die Ladegeschwindigkeit deiner Webseite zu analysieren und zu verbessern. PageSpeed Insights zeigt dir, welche Elemente deine Seite verlangsamen und gibt dir konkrete Verbesserungsvorschläge. Eine schnellere Seite bietet ein besseres Nutzererlebnis und kann zu höheren Rankings führen.

Answer the Public

answerthepublic.com/

Du gibst dein Keyword ein und erhältst eine Liste von Fragen und Themenideen. Daraus kannst du Blogbeiträge, FAQ-Seiten oder andere Inhalte erstellen und genau die Fragen beantworten, die deine Zielgruppe hat. Es hilft dir außerdem, Long-Tail-Keywords zu finden, die weniger umkämpft und dennoch relevant sind.

Ubersuggest

ubersuggest.com

Ein tolles Tool, um Keywords zu finden. Es zeigt dir Suchvolumen, Schwierigkeit und Themenideen. In der Konkurrenzanalyse siehst du außerdem, welche Keywords deine Mitbewerber verwenden. Sehr hilfreich für Anfänger.

Canva

canva.com/

SEO ist nicht nur notwendig für Text, sondern auch für Bilder und Grafiken. Canva bietet Vorlagen und Tools, um deine Inhalte zu unterstützen. Visuell ansprechende Inhalte verbessern die Nutzererfahrung und unterstützen deine SEO-Aktivitäten indirekt.



Checkliste für On-Page-Optimierung

URL

- ☐ Die URL enthält dein **wichtigstes Keyword**.
- ☐ Die URL hat einen **sprechenden Namen**.

Keywords

- ☐ Jede Seite ist auf **ein Fokus-Keyword** (eine Keyword-Gruppe) optimiert – also eine Seite pro Suchintention.
- ☐ Der Text geht auf die **Suchintention der Leser** ein.
- ☐ Verwende das **Fokus-Keyword in der URL**.
- ☐ Dein Keyword taucht **in der H1 Überschrift** (im Titel) auf.
- ☐ Das Fokus-Keyword und Synonyme tauchen **in mindestens einer H2** und am besten **in weiteren H2-H6 Überschriften** auf.
- ☐ Verwende dein Keyword **mehrfach im Text**. Aber du hast darauf geachtet, dass das Wort nicht übertrieben oft auftaucht.
- ☐ Definiere **verwandte Keywords und Synonyme** und verwende sie ebenfalls im Text.
- ☐ Das Keyword taucht im **Titel-Tag** und in der **Meta-Beschreibung** auf.

Überschriften

- ☐ Verwende die **H1 nur einmal** pro Seite
- ☐ Verwende die **Überschriften H1, H2 und H3**, um deine Texte inhaltlich zu strukturieren.
- ☐ Schreibe deine **Überschrift kurz und treffend**.
- ☐ Überschriften **heben sich optisch** deutlich von Fließtext **ab**.



Checkliste für On-Page-Optimierung

Inhalt

- ☐ Dein Artikel **löst ein Problem**/behandelt ein Thema und bietet einen Mehrwert.
- ☐ Der Artikel **enthält ein Intro** in dem dein Keyword vorkommt.
- ☐ Das **Wichtigste steht immer am Anfang** (des Artikels, des Absatzes, des Satzes usw.).
- ☐ Der **Text ist gut lesbar** und hat eine abwechslungsreiche Struktur.
- ☐ Du **vermeidest Floskeln, Füllwörter** und umständliche Formulierungen.
- ☐ Die einzelnen Absätze sind **nicht zu lang**.
- ☐ Dein Artikel verwendet eine **Mischung aus Formatierungen** wie Fließtext, Absätzen, Aufzählungen, Nummerierungen, Tabellen, Bildern usw.
- ☐ Dein Text enthält **Handlungsaufforderungen** (Call to Actions = CTA).

Bilder

- ☐ Halte Bilddateien **trotz guter Auflösung klein** (am besten kleiner als 200kB).
- ☐ Wähle einen **aussagekräftige Dateinamen**, also zimtschnecke.jpg statt IMG987.jpg.
- ☐ Der Dateiname enthält **keine Leerzeichen und Umlaute**. Alles ist klein geschrieben.
- ☐ Verwende Bilder, die deinen **Inhalt unterstützen**.
- ☐ Verwende **Alt-Tags**, die deine Bilder schreiben und dein Keyword enthalten.

Meta-Daten

- ☐ Der Meta-Titel macht neugierig und **lädt zum Klicken ein**.
- ☐ Die Meta-Beschreibung fasst den Inhalt auf deiner Webseite **in Kürze zusammen** (max. 160 Zeichen).
- ☐ Mein **Fokus-Keyword** kommt im Meta-Titel und in der Meta-Beschreibung vor.



Checkliste für technische Optimierungen

Technik

Keine Sorge, wir schauen uns nur Themen an, die auch für Nicht-Teckies machbar sind. Denn Aspekte wie klare Strukturen und kurze Ladezeiten verbessern die Nutzererfahrung deiner Besucher. Deine Besucher bleiben länger und komme gerne wieder.

- ☐ Deine Webseite ist mit der **Google Search Console** verknüpft.
- ☐ Deine Webseite ist **bei Google indexiert**. Erstaunlich viele Seiten stehen nicht im Index und werden deshalb bei einer Suchanfrage nicht angezeigt.
- ☐ Deine Webseite hat ein **SSL-Zertifikat**.
- ☐ Deine Webseite ist für **Mobiltelefone optimiert**.
- ☐ Die **Ladezeit** deiner Seite ist gut. Du kannst die Geschwindigkeit unter [PageSpeed Insights](#) testen.
- ☐ Du hast die **Sitemap** deiner Webseite veröffentlicht.
- ☐ Du verwendest einen **Cookie Consent Banner**.
- ☐ Du verwendest **Weiterleitungen** für gelöschte oder geänderte Seiten.

Du bist dir nicht sicher,
ob du alle **technischen SEO-Kriterien erfüllst?**

Viele Punkte klingen komplizierter als sie sind. Ich schaue mir deine Webseite genau an. Nach dem Check tauschen wir uns aus und du erhältst eine Liste, mit Maßnahmen und Verbesserungsvorschlägen.

[Jetzt SEO- und Website-Check anfragen](#)



Checkliste für Backlinks und interne Verlinkungen

Verlinkungen

Verlinkungen werden oft unterschätzt, dabei können sie Gold wert sein. Denn Links sind die Empfehlungen in der digitalen Welt. Je mehr qualitativ hochwertige **Backlinks** zu hast, desto eher sieht Google dich als Expertin für dein Thema. Dein Ranking wird besser und du wirst sichtbarer.

Interne Links funktionieren wie ein Leitsystem für deine Seitenbesucher. Sie helfen zu finden, was sie suchen und leiten auf weitere interessante Themen weiter. Das erhöht die Verweildauer und das Engagement auf deiner Seite. Das alles sind Faktoren, die sich positiv auf dein Ranking auswirken können.

- ☐ Deine Seite ist mit thematisch ähnlichen Seiten **durch interne Links verknüpft**, damit deine Leser:innen von Inhalt zu Inhalt geleitet werden.
- ☐ Deine Text enthält **Ankertexte mit den Keywords** der Zielseiten.
- ☐ Deine Seite **bietet einen Mehrwert**, der von anderen Seiten aufgenommen und verlinkt werden kann.
- ☐ Du erstellst **Fachartikel und Gastbeiträge**, um Backlinks von anderen Seiten zu bekommen.
- ☐ Du hast **Profile in relevanten Branchenverzeichnissen** erstellt, um Backlinks auf deine Seite erhalten.



Ich stehe für ein Content-Marketing mit Leichtigkeit und klaren Botschaften

HEY, ICH BIN SVENJA.

Content-Marketing und SEO-Expertin.

Seit mehr als 15 Jahren arbeite ich im Online-Marketing und in der Online-PR und erstelle Content-Strategien für Webseiten und Online-Kampagnen.



Meine Mission ist es, kleinen Unternehmen mit großen Ideen zu zeigen, wie sie online sichtbarer werden. Deshalb begleite ich dich als Unternehmerin, Selbständige und Content-Verantwortliche dabei, deine Webseiten und SEO-Texte so aufzubauen, dass du mit relevanten Inhalten neue Kunden anziehst und die Kundenbindung verbesserst.

Mein Fokus liegt auf der Content-Planung, Suchmaschinenoptimierung und dem Schreiben von SEO-Texten. Denn mit guter Planung bringst du Ruhe und Nachhaltigkeit in dein Content-Marketing.

Mein Ansatz für deine Sichtbarkeit:

- Empathie und Begleitung
- Leichtigkeit und klare Botschaften
- Erfolg durch Nachhaltigkeit

Dein Erfolg ist mein Ziel – Gemeinsam setzen wir deine Vision in die Realität um.

Willst du mehr über SEO erfahren und lernen, wie du die einzelnen Schritte selbst in die Praxis umsetzt?

In diesem Workbook hast du einen Einblick darüber bekommen, wie SEO funktioniert. Jetzt heißt es ausprobieren und dran bleiben.

Oder du suchst den Turbo und möchtest dich von einem SEO-Profi begleiten lassen?

In meinem **SEO-Coaching "Sichtbar mit SEO"** zeige ich dir individuell oder in einer kleinen Gruppe, welche Schritte notwendig sind, um bei Google auf Seite 1 zu landen.

Ich führe dich durch die wichtigsten SEO-Grundlagen. Danach definieren wir deine Ziele, optimieren deine Seitenstruktur, erstellen eine Keyword-Recherche und optimieren deinen Content auf dieser Basis.

Damit deine Webseite ganz oben in den Rankings erscheint, schauen wir außerdem auf die technische und lokale Optimierung deiner Webseite, ergänzen oder verbessern interne und externe Verlinkungen, schauen auf die Datensicherheit und schnelle Ladezeiten.

Du möchtest endlich mehr Kunden über deine Webseite gewinnen?

Na, dann los!

[Erfahre mehr über das Sichtbar-mit-SEO-Coaching](#)

Schreibe mir gerne, wenn du Fragen hast:
hallo@svenjaboedecker.de

Ich freue mich, von dir zu hören.
Svenja

Für ein Content-Marketing mit Leichtigkeit und klaren Botschaften?

