



bullshit
media | powered by **steda**

SEO/SEA GRUNDLAGEN

für eine bessere Suchmaschinenoptimierung
und mehr Besuche über Google & Co.

DEZEMBER 2021

SEO/SEA GRUNDLAGEN



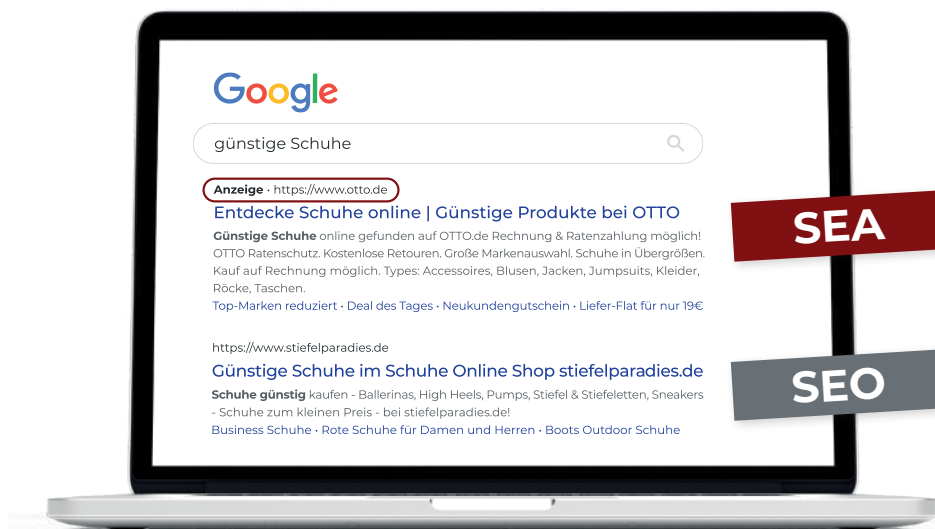
WAS IST DER UNTERSCHIED ZWISCHEN SEO & SEA?

SEO

- Organische Positionen
- Langfristiger Besucherverkehr
- Nachhaltige Resultate
- Dauerhafter Prozess
- Verbesserte Sichtbarkeit

SEA

- Bezahlte Positionen ganz oben
- Direkter Besucherverkehr
- Direkte & schnelle Resultate
- Einmaliges Setup
- Einblendung nur bei Zahlung



WIE KANN ICH MIR DAS JETZT VORSTELLEN?

Um sich die Unterschiede zwischen SEO und SEA zu verdeutlichen, schaut man sich am besten

eine Suchergebnisseite für einen beliebigen Suchbegriff an. In diesem Beispiel suchen wir nach „**günstige Schuhe**“ und bekommen die oben stehenden Suchergebnisse.

SEO/SEA GRUNDLAGEN



Auf der Suchergebnisseite finden wir, abhängig von der Suchanfrage, bis zu vier Anzeigen oberhalb der organischen Suchergebnisse und bis zu drei darunter. Dies sind die **Anzeigen (Ads)**.

Bei den Google-Ads-Anzeigen muss der Websitebetreiber für jeden Klick eines Nutzers an Google zahlen. In den Suchergebnissen kann aber bspw. auch eine Google-Shopping-Box angezeigt werden, welche auch als Anzeige gekennzeichnet ist.

Alle diese Anzeigen fallen in die Kategorie SEA, die Abkürzung für den englischen Begriff von „Search Engine Advertising“. Zu Deutsch heißt dieser Bereich **Suchmaschinenwerbung**.

Als nächstes haben wir die normalen Suchergebnisse. Das sind die Treffer, für die man als Websitebetreiber nichts zahlen muss, wenn ein Google-Nutzer darauf klickt.

Bis auf wenige Sonderfälle besitzt eine Suchergebnisseite normalerweise zehn dieser normalen Treffer. Sie werden auch organische oder natürliche Treffer genannt. Diese Suchergebnisse zählen wir zu der Kategorie SEO (zu Deutsch: **Suchmaschinenoptimierung**).

Grob kann man also festhalten, dass es sich bei SEO um die organischen Suchergebnisse handelt, während man mit SEA die bezahlten Anzeigen in Suchmaschinen meint.

SEA
BEZAHLT

SEO
ORGANISCH

SEO/SEA GRUNDLAGEN



WAS SIND GUTE KEYWORDS & WIE FINDE ICH SIE?

Wenn du Kunden über Google erreichen möchtest, muss die Suchmaschine verstehen, worum es auf deiner Website geht. Dafür musst du die richtigen Schlüsselbegriffe (Keywords) benutzen.

Die Kennzahlen eines idealen Keywords hängen davon ab, welches Ziel verfolgt wird. Will man seine Conversions (das können Verkäufe, aber auch abgesendete Formulare, Newsletter-Anmeldungen oder ähnliches sein) steigern, dann setzt man auf **transaktionale Keywords**.

Will man allerdings Trust (Vertrauen) und Authority (Autorität) aufbauen und über guten Content für erklärungsbedürftige Themen von Nutzern gefunden werden sowie darüber hinaus sein Backlink-Profil stärken, dann sind **informative Keywords** interessanter.

Der Unterschied zwischen transaktionalen und informativen Keywords richtet sich dabei nach der Suchintention eines jeweiligen Keywords:

- Erwartet der Nutzer eine Information zum gesuchten Keyword? Dann musst du hier ein informatives Keyword für deine Unterseite benutzen.
- Erwartet der Nutzer ein Angebot oder einen Service? Dann musst du für deine Unterseite ein transaktionales Keyword verwenden.

Grob zusammenfassend kann man sagen:

- Jede Seite eines Onlineangebots braucht ein eigenes Keyword.
- Ein gutes Keyword beschreibt den Inhalt der Webseite so konkret und präzise wie möglich. Dabei ist es wichtig, dass jede einzelne Unterseite des Onlineauftritts ein eigenes, einzigartiges Keyword hat.
- Bei der Keyword-Recherche ist es wichtig, sich gedanklich in die eigene Zielgruppe hineinzuversetzen und die Konkurrenz zu überprüfen.

SEO/SEA GRUNDLAGEN



3 FEHLER, DIE MAN UNBEDINGT VERMEIDEN SOLLTE

Wenn man mit dem Thema SEO startet, steht man vor einem großen Berg an möglichen Aufgaben und Themenfeldern, die man in Angriff nehmen kann. Von inhaltlichen über technische Aspekte einer Website bis hin zum externen Linkaufbau.

Hier kann man aber auch einiges falsch machen. Wir stellen euch drei Punkte vor, die ihr möglichst vermeiden solltet, wenn ihr SEO betreiben möchtet:

CHAOTISCHES LINKPROFIL

Unpassende Linkziele oder zu viele Keyword-Links fallen Google negativ auf. Auch versteckte, bzw. unkenntlich gemachte Links werden als manipulativ gewertet. Massenweise gekaufte Links für das Backlink-Profil sind vielleicht verführerisch, können aber bittere Konsequenzen für das Ranking haben, wenn sie auffallen.

KEYWORD STUFFING

Keywords sind wichtig, aber nur in Maßen. Mit Keywords vollgestopfte Seiten laufen Gefahr von der Suchmaschine wegen Spam abgestraft zu werden.

UNVORTEILHAFTER CONTENT

Google mag zwar einen gesunden Medienmix, erkennt Texte aber besser als Bilder. An hochwertigem Text darf es also nicht mangeln. Von anderen Seiten kopierte oder mehrfach verwendete Texte (Duplicate Content) mag Google aber gar nicht und stuft entsprechende Seiten im Ranking herunter.

Beachtet ihr diese drei Punkte und führt sie im Umkehrschluss korrekt aus, habt ihr einen Teil der Grundlagen des SEO schon mal gemeistert.