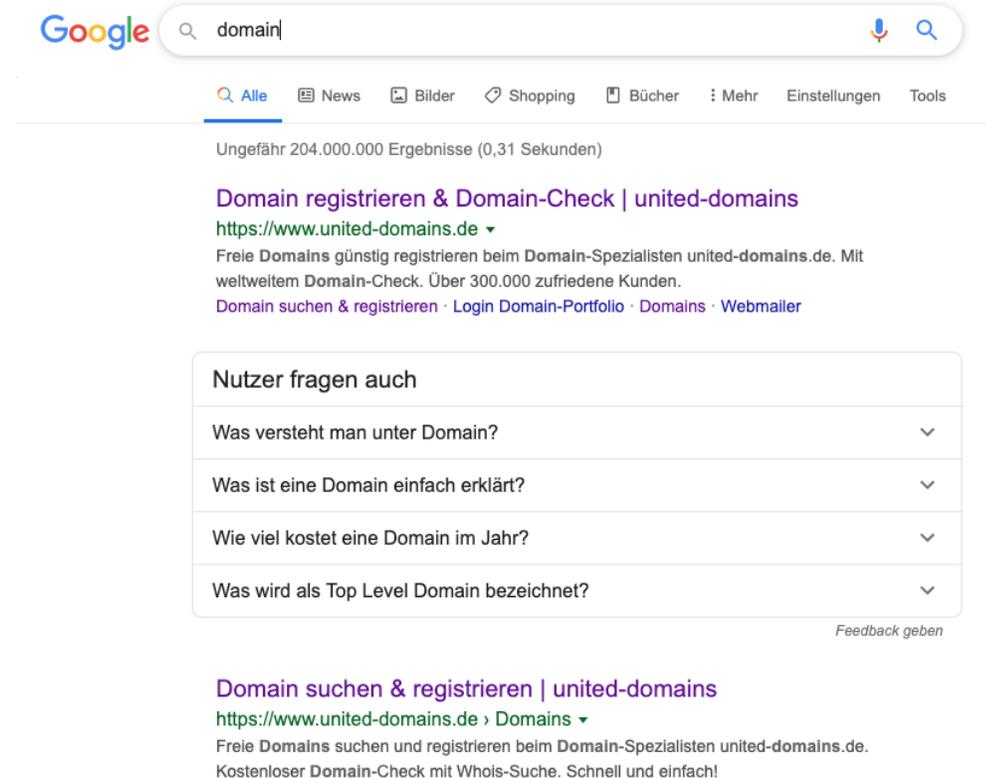


# 10 SEO-Fehler ...

... die (fast) jede Website macht!

# Der Host

- Stefan Uthoff
- Head of E-Commerce bei united-domains
- Seit 2012 bei united-domains
- Verantwortlich für Marketing und Website-Optimierung und damit auch für SEO



Google search results for "domain". The search bar shows "domain" and the results are approximately 204,000,000 (0.31 seconds).

**Domain registrieren & Domain-Check | united-domains**  
<https://www.united-domains.de> ▾  
Freie Domains günstig registrieren beim Domain-Spezialisten united-domains.de. Mit weltweitem Domain-Check. Über 300.000 zufriedene Kunden.  
[Domain suchen & registrieren](#) · [Login Domain-Portfolio](#) · [Domains](#) · [Webmailer](#)

**Nutzer fragen auch**

- Was versteht man unter Domain? ▾
- Was ist eine Domain einfach erklärt? ▾
- Wie viel kostet eine Domain im Jahr? ▾
- Was wird als Top Level Domain bezeichnet? ▾

[Feedback geben](#)

**Domain suchen & registrieren | united-domains**  
<https://www.united-domains.de> ▾ [Domains](#) ▾  
Freie Domains suchen und registrieren beim Domain-Spezialisten united-domains.de. Kostenloser Domain-Check mit Whois-Suche. Schnell und einfach!

# united-domains

- Domain-Spezialist seit 2000
- 300.000 zufriedene Kunden
- 1,5 Mio. Domains
- Ausgezeichneter Service
- Jetzt auch SEO?

**united-domains**

Bewertungen 2.991 • Hervorragend



# SEO bei united-domains

- Bis 2019: verstärkt Kundenanfragen zum Thema SEO
- Ende 2019: erstes Webinar “Das SEO-Playbook: Was ist wirklich wichtig?”
  - 434 Teilnehmer
  - Überwältigendes Feedback
  - Interesse an SEO-Tools von united-domains

# März 2020: Launch rankingCoach

- SEO-Trainer für KMU
- Suchmaschinenoptimierung anhand konkreter Aufgaben
- 10€/Monat, 1 Monat kostenlos
- Tipp: Einfach mal Ihre Website testen auf

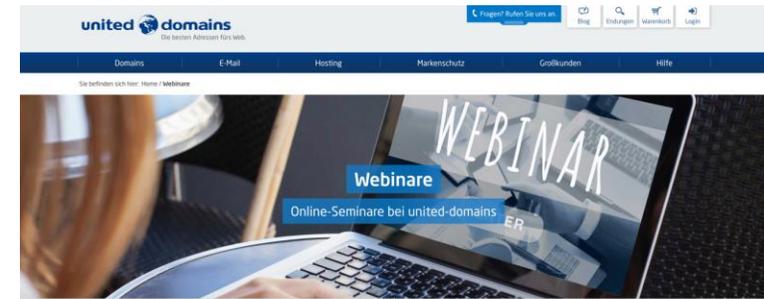
<https://www.united-domains.de/seo-rankingcoach>

The screenshot shows the United Domains website. At the top, there is a navigation bar with the United Domains logo and the tagline "Die besten Adressen fürs Web." To the right of the logo are links for "Fragen? Rufen Sie uns an.", "Blog", "Endungen", "Warenkorb", and "Login". Below the navigation bar is a menu with categories: "Domains", "E-Mail", "Hosting", "Markenschutz", "Großkunden", and "Hilfe". A breadcrumb trail indicates the current location: "Sie befinden sich hier: Home / Hosting / rankingCoach (SEO)". The main content area features a large image of a man working on a laptop. Overlaid on the image are two blue callout boxes: "NEU: rankingCoach®" and "Suchmaschinenoptimierung leicht gemacht". Below the image, the heading "Wie ist Ihre Sichtbarkeit in Suchmaschinen?" is displayed. Underneath is a search input field containing "www.ihre-website.de" and a red button labeled "Jetzt Website prüfen >". Below the input field, a message states: "In wenigen Sekunden erhalten Sie Ihr individuelle Ergebnis über das Optimierungspotenzial Ihrer Website." At the bottom of this section, there is a link "Oder direkt testen >" and a blue upward-pointing arrow icon.

# Und jetzt: Weitere SEO-Webinare

- 2. April: 10 SEO-Fehler, die (fast) jede Website macht
- 5. Mai: Was machen alle beim Thema Content falsch?
- 15. – 19. Juni: SEO für Einsteiger
- Tipp: Aktuelle Webinare finden Sie auf

<https://www.united-domains.de/webinare/>



Zusammen mit renommierten Experten bieten wir Ihnen Webinare zu Domains, Website-Erstellung, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Online-Marketing. Wir helfen Ihnen vom Start bis ins Ziel – von der Auswahl der richtigen Domain bis zur Gestaltung eines erfolgreichen Web-Projekts. Denn Ihr Erfolg liegt uns am Herzen.

## Webinarübersicht



### 10 SEO-Fehler, die (fast) jede Website macht

02. April 2020 | 9:00 Uhr - 10:30 Uhr  
mit Markus Hövener (Bloomfusion)  
kostenlos

Jede Website ist anders. Jede Branche hat ihre Besonderheiten. Dennoch gibt es SEO-Fehler, die fast auf jeder Website zu finden sind. In diesem Webinar geht es um 10 typische Fehler – wie Page Speed, Kannibalisierung, Manual Actions und E-A-T.

[Details und Anmeldung >](#)

### Was machen alle beim Thema Content falsch?

05. Mai 2020 | 9:00 Uhr - 10:30 Uhr  
mit Markus Hövener (Bloomfusion)  
kostenlos

Content is King. Dieses Mantra besteht seit Jahren. Grundsätzlich stimmt die Aussage – aber nur, wenn es der richtige Content ist. Es geht dabei nicht um Quantität, Frequenz oder Keyword-Dichte. Also was zeichnet guten Content aus? Gibt es eine bestimmte Wortanzahl, die nicht unterschritten werden darf? Und welche Hinweise gibt Google Website-Betreibern zu Inhalten und deren SEO-Tauglichkeit? In diesem Webinar erklären wir die typischen Fehler bei der Erstellung von Inhalten.

[Details und Anmeldung >](#)

### SEO für Einsteiger

15. Juni - 18. Juni 2020 | jeweils 9:00 Uhr - 10:30 Uhr  
mit Markus Hövener (Bloomfusion)  
199 € (inkl. 19 % MwSt.)

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist für jede Website ein zentrales Thema. Oft sind Suchmaschinen die wichtigste Quelle für Website-Besucher. Das mehrteilige Online-Seminar SEO für Einsteiger liefert in 4 Blöcken à 90 Minuten einen Überblick über alle wichtigen Themen der Suchmaschinenoptimierung – von der Optimierung der eigenen Website bis zum Linkaufbau, von der Keyword-Forschung bis zu zentralen Themen der technischen Optimierung.

Anmeldung noch nicht möglich

Ausgezeichnete Services und hohe Kundenzufriedenheit bei united-domains:



# Der Referent

- Markus Hövener
- Head of SEO, Bloofusion Germany GmbH



# Das Thema heute

- 10 ganz typische SEO-Fehler:
  - Wie schlimm sind die?
  - Welches Potenzial gibt es?
  - Wie löst man die Probleme?



# Suchbegriffe und Struktur

Fehler #1



# Häufige Reihenfolge

- Erst Website-Struktur vorgeben, dann die Inhalte optimieren
- Kann funktionieren
- Besser:
  - Erst Suchbegriffe recherchieren, dann Website-Struktur ableiten

# Beispiel: Onlineshop für Kostüme

kostüm **meerjungfrau**

kostümladen **münster**

kostüm **astronaut**

kostüm **ananas**

kostüm **alien**

kostüm **anna**

kostüm **astronaut kinder**

kostüm **assi**

kostüm **affe**

kostüm **arzt**

kostüm **außerirdische**

kostüm **clown**

kostüm **candy**

kostüm **cowboy**

kostüm **cheerleader**

kostüm **clown damen**

kostüm **cleopatra**

kostüm **catwoman**

kostüm **charleston**

kostüm **cat noir**

kostüm **coronavirus**

kostüme **c&a**

via [keywordtool.io](https://keywordtool.io)

# Was machen wir damit?

- Für alle Suchbegriffe mit mehr als einem Produkt:
  - Kategorieseite anlegen, z. B.  
„kostüm arzt“ -> Kostüme > Berufe > Arzt
  - Sinnvolle Kategoriestruktur aufbauen (für den Nutzer!)
- Die einzelnen Produktdetailseiten:
  - Möglichst spezifisch auf Suchbegriffe optimieren
  - „Kostüm Chefarzt“ und nicht „Kostüm Doc Holiday“

# Beispiel: Heilberufe



Praxis für Manuelle Medizin Münster

Dr. med. Konrad Albersmeier | Dr. med. Monika Marx

Startseite

Behandlungsschwerpunkte

Therapieverfahren

Team

Kontakt

Impressum

Datenschutz



Manuelle Medizin / Osteopatische  
Medizin

Ganzheitliche Schmerztherapie

Stoßwellentherapie

Akupunktur

Naturheilverfahren

Physikalische Therapie

MBST Kernspinresonanz-Therapie

Demo-Videos für Eigenübungen

- Manipulation
- > Muskelenergietechnik (MET)
- > Myofasciale Entspannung (MFR)
- Craniosacrale Therapie (CST)
- > Manuelle Medizin bei Säuglingen und Kindern
- Atlastherapie nach Arlen

# Insgesamt ...

- Für alle relevanten Leistungen und Produktgruppen:
  - Einzelne, inhaltsstarke Seiten aufbauen
  - Nicht: nur eine Übersichtsseite („Wir haben A, B, C“)
- In diesem Zusammenhang:
  - One-Pager sind in der Regel nicht SEO-tauglich

# Wichtige Grundvoraussetzung

- Keyword-Datenbanken:
  - Google Keyword Planner
  - keywordtool.io
  - kwfinder.com
  - ...
- SEO ohne Keyword-Datenbank ist einfach nicht sinnvoll!



# Jede Seite kann ranken!

Fehler #2



# Ein Beispiel

- <https://www.mw-werksverkauf.de/Massivholzbetten-Futonbetten-Bettgestell-Shogun-1>
  - Seitentitel = Hauptüberschrift = „Futonbett Shogun, Fußvariante 1“



🔍 futonbett shogun

Google-Suche

Auf gut Glück!

# Gesucht wird aber nach ...

Q futonbett

- Q futonbett **ikea**
- Q futonbett **poco**
- Q futonbett **140x200**
- Q futonbett **japan**
- Q futonbett **180x200**
- Q futonbett **roller**
- Q futonbett **100x200**
- Q futonbett **120x200**
- Q futonbett **140x200 ikea**
- Q futonbett **140**

Google-Suche Auf gut Glück!

Unangemessene Vervollständigungen melden  
Weitere Informationen

Q futonbett mit |

- Q futonbett mit **stauraum**
- Q futonbett mit **matratze**
- Q futonbett mit **kopfteil**
- Q futonbett mit **bettkasten**
- Q futonbett mit **led**
- Q futonbett mit **schublade**
- Q futonbett mit **beleuchtung**
- Q futonbett mit **rand**
- Q futonbett mit **matratze 160x200**
- Q futonbett mit **matratze und lattenrost 180x200**

Google-Suche Auf gut Glück!

Unangemessene Vervollständigungen melden  
Weitere Informationen

Q futonbett 100x200

- Q futonbett 100x200 **poco**
- Q futonbett 100x200 **weiß**
- Q futonbett 100x200 **schwarz**
- Q futonbett 100x200 **mit lattenrost**
- Q futonbett 100x200 **mit matratze**
- Q futonbett 100x200 **ikea**
- Q futonbett 100x200
- Q futonbett 100x200 **buche**
- Q futonbett 100x200 **holz**
- Q futonbett 100x200 **kiefer**

Google-Suche Auf gut Glück!

Unangemessene Vervollständigungen melden  
Weitere Informationen

# Konfliktpotenzial

- „Ich will doch meine Website nicht verschandeln!“
- „Ich mach das alles ja nicht nur für Google!“
- Richtig – es gibt immer Lösungen!

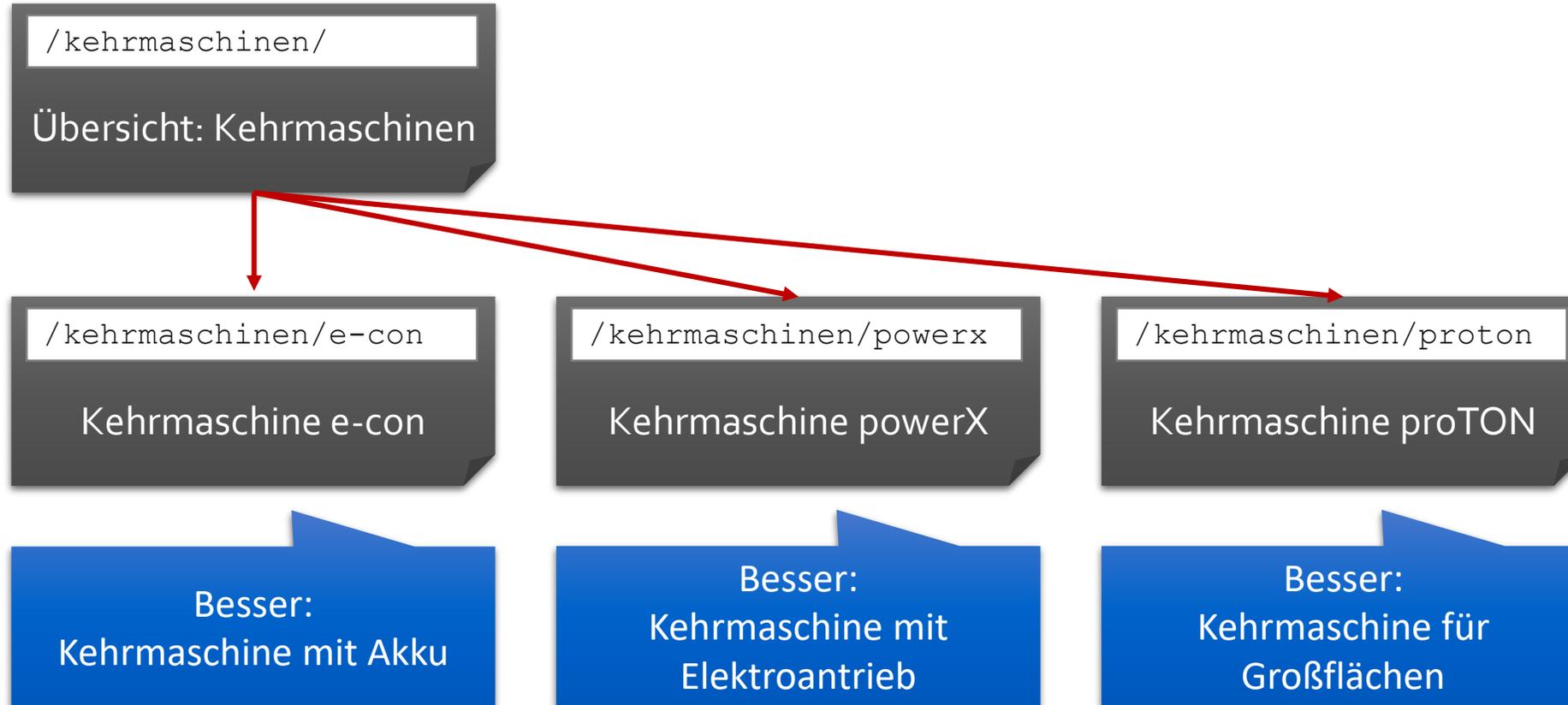
```
/futonbett-140x200
```

```
<h1>Futonbett 140x200  
cm mit Schubladen</h1>
```

```
/futonbett-shogun
```

```
<h1>Futonbett  
Shogun</h1>  
<h2>Futonbett 140x200  
cm, mit Schubladen</h2>
```

# Klassisches B2B-Beispiel



# Strukturbaum

/startseite  
1-3 allgemeine  
Suchbegriffe

/level1  
Allgemeine generische  
Suchbegriffe

/level2  
Spezifischere generische  
Suchbegriffe



Oben vs. unten =  
Allgemein vs. speziell

# Also ...

- Keyword-Recherche ist wichtig!
- Welche Struktur hat meine Website?
- Auf welche Suchbegriffe kann ich auf welchen Ebenen optimieren?
- Benötige ich vielleicht noch mehr Seiten?



# Kannibalisierung und Holistic Content

Fehler #3



# Kannibalisierung

- Klingt total schlimm – ist es aber nicht unbedingt!  
(hat fast jede Website)
- Kannibalisierung = mehrere Seite zielen auf denselben Suchbegriff ab
- Oft ein Effekt von organisch gewachsenen Websites

# Ein Praxisbeispiel

- 2x „schlüsselfertig bauen“
  - <https://haas-fertighaus.de/begriff/schluesselfertig-bauen/>
  - <https://haas-fertighaus.de/artikel/schnell-und-schluesselfertig-fertighaeuser-sind-die-komfortable-art-zu-bauen/>

# Worum geht es?

/thema1/

Bisschen Text

/faq/thema1/

Bisschen Text

/blog/thema1/

Bisschen Text

/thema1/

Viel mehr Text zu dem Thema ... und noch mehr ... und noch mehr... #wow

# Anderes Problem

- Welche Seite sieht jemand in den Suchergebnissen?
- Ist das die optimale Seite?



# Ist das schlimm?

- Zwei Effekte:
  - Verschiedene Seiten sammeln Signale an =  
eine kombinierte Seite hätte mehr Signale (=bessere Rankings)
  - Google muss „würfeln“ =  
der Nutzer landet evtl. nicht auf der für ihn besten Seite

# Lösungen

- Inhalte verschmelzen
  - Geeignet dafür: Relaunch
- Stehende URLs erzeugen, z. B.
  - /trends anstelle von /trends/2020 und /trends/2019

# Also ...

- Content-Audit:
  - Welche Inhalte habe ich an welchen Stellen für welche Suchbegriffe?
  - Kann ich Inhalte mit gleichem Intent zusammenführen?



# Interne Verlinkung

Fehler #4



# Interne Verlinkungen

- `<a href="/seite.html">Ankertext</a>`
- Heißt: /seite.html ist
  - Relevant
  - Für Suchbegriff „Ankertext“
- Aber auch:
  - Wie oft wird eine bestimmte Seite innerhalb der Website verlinkt?
  - Auf welcher Klicktiefe befindet sich ein Inhalt?
  - Wird jeder Inhalt innerhalb der Website verlinkt?

# Ein wichtiger Punkt: das Menü

The screenshot shows a website navigation menu with the following categories and sub-items:

- TV, HIFI & HEIMKINO
- FOTO & CAMCORDER
- HANDYS & TABLETS
- COMPUTER & SPIELKONSOLEN
- HAUSHALT & GARTEN** (highlighted)
- KÖRPER, SPORT & FREIZEIT
- UHREN & SCHMUCK
- SCHNÄPPCHEN %
- ZUBEHÖR
- MARKENSHOPS
- AKTIONEN & NEUHEITEN

Sub-items under 'HAUSHALT & GARTEN':

- Wäschepflege
  - Waschmaschinen
  - Trockner
  - Waschtrockner
  - Bügeleisen & Wäschepflege
  - Schnäppchen
- Kühlen & Gefrieren
  - Kühlschränke
  - Wein- & Flaschenkühlschränke
  - Kühl-Gefrierkombinationen
  - Gefrierschränke
  - Gefriertruhen
  - Side by Side Kombinationen
  - Minikühlschränke
  - Schnäppchen
- Bodenpflege
  - Staubsauger
  - Zubehör Bodenpflege
  - Wischer
- Kochen & Backen
  - Standherde
  - Mikrowellen
  - Einbaugeräte
  - Herdsets
  - Gasherde
  - Wärmeschubladen
  - Kochfelder Autark
  - Kochplatten
  - Mini-Backöfen & Brotbäcker
  - Griller & Fondue
  - Fritteusen
  - Dampfgarer & Reiskocher
  - Toaster & Waffeleisen
  - Schnäppchen
- Kaffee & Espresso
  - Vollautomaten
  - Filtermaschinen
  - Siebträger
  - Kapsel- & Pad-Systeme
  - Kaffeemühlen
  - Espressokocher
  - Milchaufschäumer
  - Zubehör Kaffee & Espresso
- Garten & Werkzeug
  - Reinigungsgeräte
  - Standgriller
  - Kühlboxen
  - Minikühlschränke
  - Wetterstationen
  - Werkzeug
  - Garten
  - Taschenlampen
  - Zubehör Haus & Garten
- Sicherheitstechnik
  - Feuchtmessgeräte
- Zubehör
  - Zubehör Haushaltsgeräte Groß
  - Zubehör Haushaltsgeräte Klein
  - Stromkabel
  - Reinigung & Pflege
  - Entkalker
  - Zwischenbausätze
  - Filter für Luftreiniger
- Babycare
  - Babyphone
  - Diverse Babyartikel

Two callout boxes highlight specific issues:

- Blue box:** "Jede Seite verlinkt auf „Stromkabel“ und „Mikrowellen“ = beide Seiten sind gleich wichtig" (Each page links to "Cables" and "Microwaves" = both pages are equally important).
- White box:** "Jede Seite verlinkt auf „Stromkabel“ = muss eine wichtige Seite sein" (Each page links to "Cables" = must be an important page).

# Also: Menü abrüsten

**BENZ24**

Dach   Garten & Hof   Innenausbau   Rohbau & Fassade   Werkzeug   mehr   Kontakt

- Regenwassernutzung**
  - Regentonnen
  - Zisternen
  - Versickerung
  - Abwassertanks
  - mehr
- Terrasse**
  - WPC Terrassendielen
  - Holz Terrassendielen
  - Terrassenplatten
  - Terrassenüberdachung
  - mehr
- Sichtschutz & Zäune**
  - Sichtschutzzaun
  - Sichtschutz
  - Doppelstabmattenzaun
  - Gabionen
  - mehr
- Hof & Einfahrt**
  - Entwässerungsrinnen
  - Pflastersteine
  - Mülltonnenboxen
  - Carports
  - mehr
- Gartenhäuser & Spielgeräte**
  - Gartenhäuser
  - Holzpavillons
  - Gartenspielgeräte
  - Gartensauna
  - mehr
- Gartengestaltung**
  - Hochbeet
  - Komposter
  - Rindenmulch
  - Gartenmauern
  - mehr

**Beliebte Kategorien**

- WPC Sichtschutz
- Graf Regentonne
- weka Gartenhaus
- ACO Entwässerungsrinne

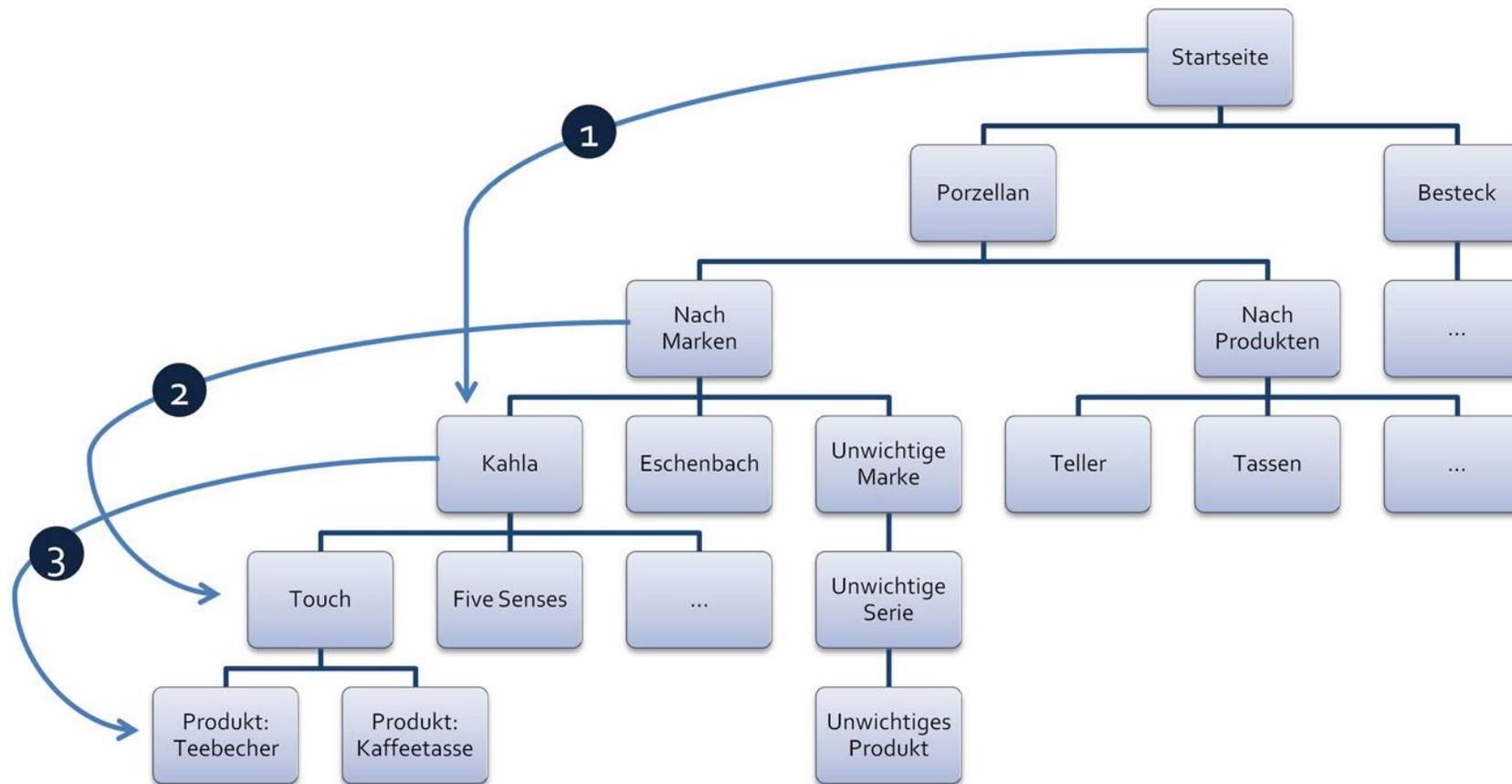
**Weitere Kategorien**

- Flachtank
- Gerätehaus
- Holzfliesen
- Zierkies & Bruchsteine

# Was kann man sonst machen?

- Startseite verlinkt auf Top 10 Marken und Produkte (wenn noch nicht über Menü verlinkt)
- Kategorieseite 1. Ebene verlinkt direkt auf wichtige Seiten auf 3. und 4. Ebene
- Also vereinfacht:
  - Wo kann ich oben im Baum auf wichtige Seiten unten im Baum verlinken?

# Beispiel





# Tricks, Tricks, Tricks

Fehler #5



# Richtlinien für Webmaster

- <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=de>
  - „Ge- oder verkaufte Links, die PageRanks weitergeben“
  - „Artikel-Marketing im großen Stil oder das Posten von Kampagnen als Gast mit Ankertextlinks, die viele Keywords enthalten“
  - „Inhalte aus anderen Quellen, etwa kopierte Inhalte oder Gastbeiträge von geringer Qualität auf Blogs“
  - „Von einem automatisierten Tool übersetzte Texte, die vor der Veröffentlichung nicht geprüft oder bearbeitet werden“
  - ...

# Und noch viel mehr

- Guidelines für:
  - Bestimmte Markups
  - Google My Business/Google Maps
  - Bestimmte Technologien (AMP)
- Werden die alle „strictly enforced“?
  - Nein, nicht unbedingt

# Gar nicht erst versuchen

- Google hat faktisch alle Tricks eliminiert
  - Div. Google-Updates (Linkaufbau: Penguin)
- Wer in Tricks investiert,
  - setzt sich dem Risiko einer Abstrafung aus
  - investiert in dieser Zeit nicht in zukunftssichere Maßnahmen

# Was, wenn doch?

- Manuelle Maßnahme = Manual Action = Abstrafung
  - In der Regel: Seiten, die gegen Richtlinien verstoßen, erhalten schlechtere/keine Rankings
- Mitteilung über Google Search Console
- Danach:
  - Fehler beheben
  - Reconsideration Request stellen



# Technik oder Content?

Fehler #6



# SEOs reden immer viel über Technik

- TTFB
- Server-Side-Rendering
- Cross-Canonicals
- Crawling Anomalies
- X-Robots-Tag
- ...

# Wann hilft Technik, wann nicht?

- Daumen nach oben:
  - Page Speed (siehe Fehler #8)
  - Markup (wenn das Markup zu einem Search Feature führt)
  - Hreflang-Tags (in einigen Fällen)
  - ...
- Daumen nach unten:
  - Valider HTML-Code
  - Verhältnis Code : Content
  - ...

# Technik-Thema: Markup

- Aka strukturierte Daten
- Unsichtbare Markierungen im HTML-Code, um Daten zu übermitteln
- Einige Markups generieren so genannte Search Features  
(<https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery?hl=de>)
  - Höhere Klickrate (CTR)
  - Nicht unbedingt: besseres Ranking
- Ein Beispiel ...

# Beispiel: Event Markup

www.sylt.de > entdecken > Veranstaltungen  
Veranstaltungen - Google Testtool für strukturierte Daten

Sylter Veranstaltungshig  
sind die Sylter Surfcups?

Mo., 16. März Ein Herz  
Fr., 20. März Schlemm  
Mi., 25. März Quichotto

```
1 <!DOCTYPE html><!--[if IE 9]><html class="ie9" lang="de"> <![endif]--><html><he
2 <meta content="TYPO3 CMS" name="generator" />
3 <meta content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1" name="view
4 <meta content="index, follow" name="robots" />
5 <meta content="https://www.sylt.de/fileadmin/Mediendatenbank/Bilder/02_Entdecke
6 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="typo3temp/compressor/99d8aa5c67610
7 </head><body class="layout_13 page_1608 " style=""> <!-- Google
8 <script type="application/ld+json">{
9 "@context": "http://\schema.org",
10 "@type": "Event",
11 "name": "Ein Herz auf vier Beinen in der Villa Kunterbunt",
12 "startDate": "2020-03-16T10:00:00+01:00",
13 "url": "https://www.sylt.de/entdecken/veranstaltungen/veranstaltung/verans
14 "location": {"@type": "Place", "name": "n\u00f6rdliche Promenade - Villa Kunterbunt
15 <script type="text/javascript">
16 /*<![CDATA[*/
17 /*Icevents*/
18 var Icevents = jQuery.extend({}, Xlibrary, {"extensionKey": "icevents", "extensio
19 /*Icevents.8c13e7d59c1f58c71943db6d92abb8fd*/
20 var eventquicksearchdatepreselect = 'today'; var eventquicksearchdate = '141937
21 /*]]>*/
22 </script>
23 </body></html>
```

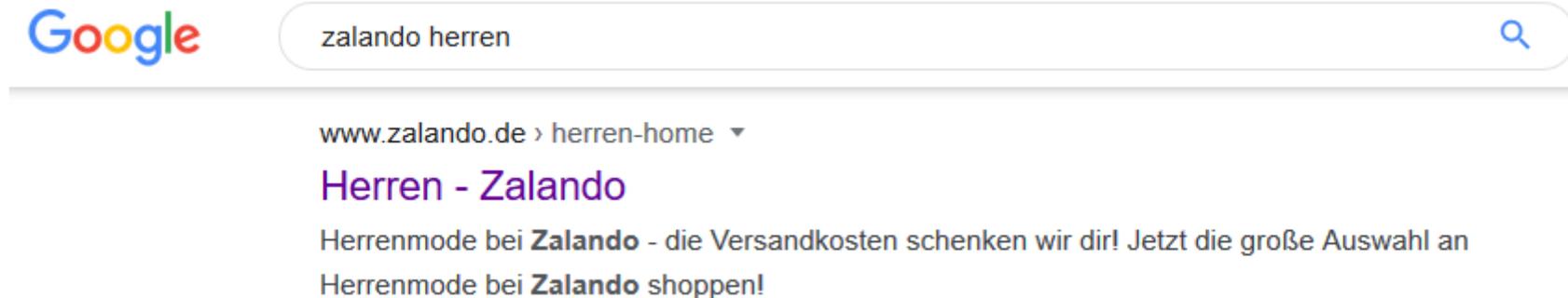
Event	0 FEHLER 5 WARNUNGEN
Event	0 FEHLER 5 WARNUNGEN
@type	Event
name	Ein Herz auf vier Beinen in der Villa Kunterbunt
startDate	2020-03-16T10:00:00+01:00
url	https://www.sylt.de/entdecken/veranstaltungen/veranstaltung/veranstaltung/ein-herz-auf-vier-beinen-in-der-villa-kunterbunt-4488.html?tx_icevents_icevent%5Bcontroller%5D=Event&cHash=a9eb511e1119ecab23cdace2ef5cabe5
location	
@type	Place
name	nördliche Promenade - Villa Kunterbunt
address	

# Technik-Thema: Hreflang

- Hilft Suchmaschinen, internationale Strukturen zu erkennen
- Dem Nutzer wird die für ihn optimale Seite ausgespielt
- Vor allem:
  - Inhalte gleicher Sprache für unterschiedliche Länder  
(/de-de/ für Deutschland, /de-at/ für Österreich)
- Ein Beispiel ...

# Ein Beispiel ...

```
<link rel="alternate" hreflang="de-DE" href="https://www.zalando.de/herren-home/">  
<link rel="alternate" hreflang="de-AT" href="https://www.zalando.at/herren-home/">  
<link rel="alternate" hreflang="de-CH" href="https://www.zalando.ch/herren-home/">
```



# Und sonst so?

- Mantra: „Good content eats technical optimization for breakfast“ 😊
- Stimmt nicht ganz:
  - Große Websites haben oft bestimmte Herausforderungen.
  - Bestimmte Technologien (z. B. JS-basiert) sind durchaus kritisch.
- Und doch:
  - Ein Shop-/Content-Management-System von der Stange bringt in der Regel sehr viel in Bezug auf Technik mit.
  - Die meisten Optimierungspotenziale liegen klar beim Content.



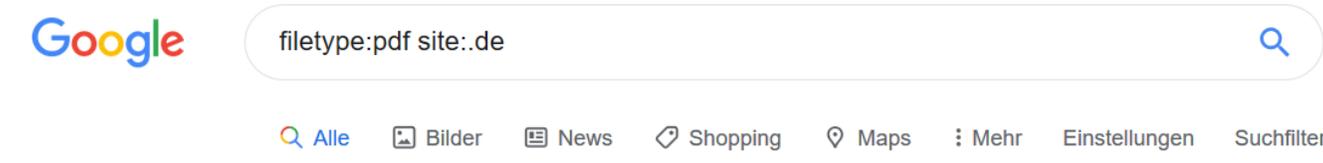
# Nicht-HTML-Inhalte

Fehler #7



# Nicht-HTML-Inhalte

- ... werden von Google auch indexiert

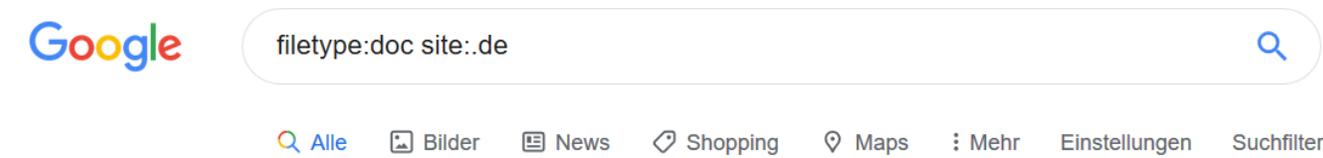


Google filetype:pdf site:.de

Alle Bilder News Shopping Maps Mehr Einstellungen Suchfilter

Ungefähr 175.000.000 Ergebnisse (0,27 Sekunden)

---



Google filetype:doc site:.de

Alle Bilder News Shopping Maps Mehr Einstellungen Suchfilter

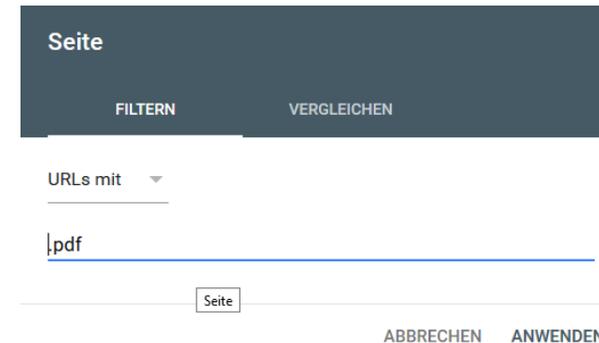
Ungefähr 482.000 Ergebnisse (0,48 Sekunden)

# Ist das schlimm?

- PDF-Dateien:
  - Schlechte mobile Nutzererfahrung
  - Besucher wird von Web-Analyse-Tools nicht erfasst
  - Sieht keine Werbung, kein Menü, keine Kontaktoptionen ...
- Einfache Lösung (**nicht** pauschal empfohlen):
  - Alle PDF-Inhalte für Suchmaschinen sperren
  - robots.txt: Disallow: /\*.pdf\$
- Aber ist das auch die beste Lösung?

# Wie geht man damit um?

- Gibt es indexierbaren PDF-Content?
  - Google Search Console > Leistung
- Wie wichtig ist der Traffic anteilig am Gesamt-Traffic?
- „Suchanfragen“ prüfen: Sind das für mich relevante Suchanfragen?
- Warum rankt der PDF-Content? Habe ich dafür alternativ HTML-Seiten?



The image shows a screenshot of the Google Search Console interface. At the top, there is a dark blue header with the word "Seite" on the left, and two buttons: "FILTERN" and "VERGLEICHEN". Below the header, there is a section for filtering URLs. It starts with "URLs mit" followed by a dropdown arrow. Below that is a text input field containing ".pdf". Underneath the input field is a small box labeled "Seite". At the bottom right of this section are two buttons: "ABBRECHEN" and "ANWENDEN".



# Page Speed

Fehler #8

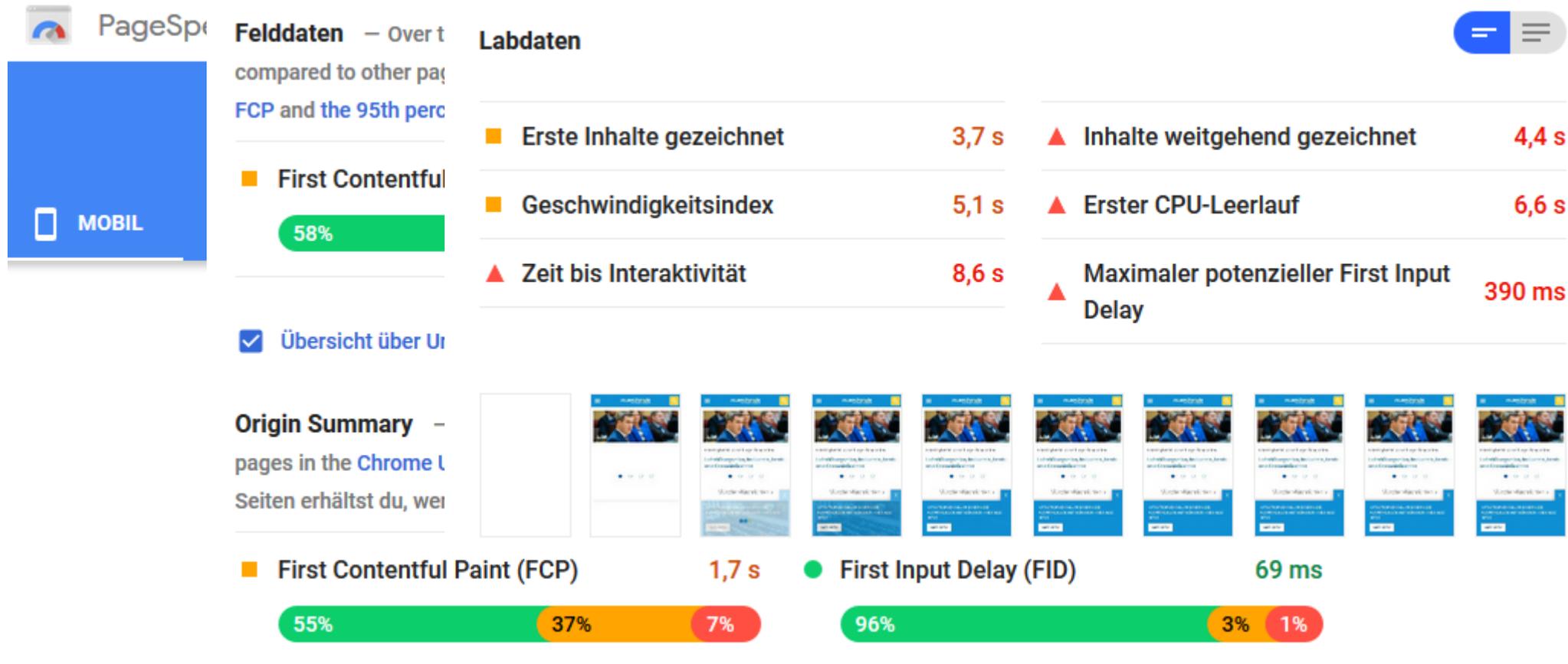
# Ladegeschwindigkeit

- Seit Mitte 2018 ein negativer Faktor:
  - Langsame Websites werden in der mobilen Suche abgewertet:
- Bleiben zwei Fragen:
  - Ist die mobile Suche für mich wichtig? (In der Regel: ja!)
  - Habe ich langsame Seiten?

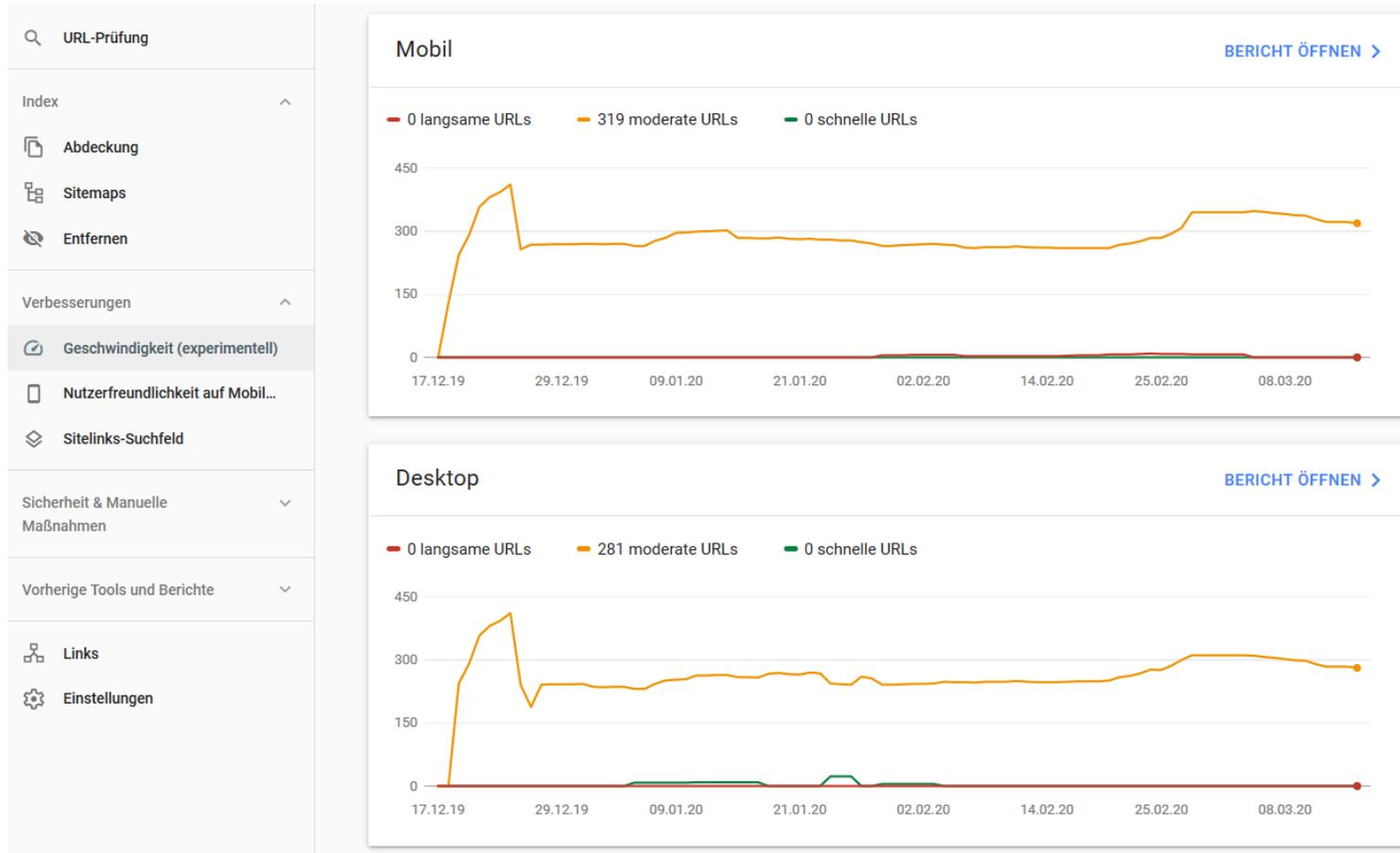
# Page Speed

- Page Speed:
  - Betrifft einzelne Seiten einer Website
  - Seiten(-typen) können unterschiedlich performen!
- Immer unterscheiden:
  - Lab Data
  - Field Data (CrUX)

# Ein Tool: PageSpeed Insights



# Google Search Console



# Verwirrung

- Viele Metriken (TTFB, FID, FCP ...), Desktop/Mobile, Field/Lab Data
- Keiner weiß, welche Parameter Google in welcher Gewichtung nimmt
- Pragmatischer Ansatz:
  - Google Search Console: Gibt es langsame Seiten?
  - PageSpeed Insights für wichtige Seitentypen ausführen



# Linkaufbau und E-A-T

Fehler #9



# Backlinks ...

- ... sind nach wie vor ein wichtiger Ranking-Faktor
- Primär wichtig:
  - Autorität der verlinkenden Website
  - Thematische Nähe

# Altlasten?

- Nur wenige Websites haben noch Altlasten:
  - Minderwertige Links, z. B. 100 Presseportale, 200 Verzeichnisse ...
  - Keyword-lastige gekaufte Links aus drittklassigen Umfeldern
  - ...
- Das meiste davon hat Google eh schon entwertet
- Wer noch nicht aufgeräumt hat:
  - Link Audit: Alle bestehenden Links auf den Prüfstand stellen
  - Per Google Disavow Tool entwerten (noch besser: Links abbauen)

# E-A-T

- = Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness
- Bezogen auf: Website (gesamt) und Autor (Creator)
- Konzept aus den Quality Rater Guidelines
- Vor allem wichtig in YMYL-Themen (Medizin, Finanzen, Jura ...)
- Unklar, wie das gemessen wird
- Backlinks und Erwähnungen spielen dort wahrscheinlich eine starke Rolle

# Also ...

- Es ist wichtig, dass man nicht nur „eine Website“ hat
- Sondern:
  - Warum sollte jemand auf mich verlinken?
  - Welche Inhalte habe ich, die verlinkens-/erwähnenswert sind?

Berger-Studie: Deutschland Tech

t3n.de/news/berger-studie-deutschland-1230527/

t3n News Magazin Podcast Themen Pioneers Jobs Firmen Events Shop Anmelden

Leasingmodelle für Fahrzeugbatterien ebenso vorstellbar sein wie besondere Service-Angebote rund um die Batterie als zentralem Mobilitätsbaustein. Cloud-Dienste könnten beispielsweise den Batteriezustand dauerhaft überwachen und dem Fahrer Vorschläge zur Verlängerung der Lebensdauer machen oder auf etwaige Wartungen aufmerksam machen.

Die Studie „E-Mobility Index 2019“ kann bei Roland Berger [heruntergeladen](#) werden. Sie steht dort als PDF zur freien Verfügung.

**Passend dazu: [Elektromobilität – ein neues Konsortium plant Akkuzellenfertigung In Deutschland](#)**

Anzeige

t3n.de verwendet Cookies. Wir werten damit die Seitennutzung aus, um dir genau die redaktionellen und werblichen Inhalte anzuzeigen, die dich wirklich interessieren. Cookies werden teilweise auch von Diensten

Kostenloser Homeoffice-Guide: Produktiv arbeiten trotz Corona [Jetzt herunterladen](#)

https://www.rolandberger.com/de/Media/DE/?country=DE#/pressreleases/index-elektromobilitaet-china-unter-den-automobilnationen-insgesamt-am-besten-auf-e-mobilitaet-vo...



# SEO ist ...

- ... also nicht nur On-Page-Optimierung oder Linkkauf
- Ist schon wichtig – wird noch wichtiger werden:
  - Markenaufbau betreiben
  - Autorität werden
- Kurze Einschränkung:
  - Ein gutes Pferd springt nicht höher als es muss!



# SEO ist nicht nur Google

Fehler #10



# Deutschland ist Google-Land!

- International:
  - Bing, Baidu, Yandex ...
- Produktsuche:
  - Amazon + andere Marktplätze/Preisvergleiche
- Je nach Themengebiet:
  - Flickr, YouTube, soziale Netzwerke ...

# Also ...

- Gesamtstrategie festlegen:
  - In welchen Ländern ist was für uns wichtig?
  - Prioritäten ausbilden
  - Bei internationalen Strukturen: Wer macht was?

# Und natürlich auch ...

- Google Verticals:
  - Maps/Local, Bildersuche, Video-Index ...
- Die haben zum Teil ganz eigene Spielregeln (oft: Markup-Themen)
- Oft unterschätzt: Google My Business

# Und trotzdem ...

- Lieber eine Suchmaschine (Google) perfekt bedienen als sich mit zehn Suchmaschinen verzetteln



# Mein Fazit



# Mein Fazit

- Wie gesagt: Content ist das wichtigste.
- Wichtige Technikthemen: Page Speed und Markup
- Struktur bzw. interne Verlinkung:  
keine Gießkanne – Fokus auf wichtige Inhalte
- Backlinks nicht vergessen – und nicht dabei tricksen!

# Nächstes Webinar

- 5. Mai, 15:00–16:30 Uhr
- Content is King – aber was macht dabei (fast) jeder falsch?
- Themen:
  - Search Intent, CTR-Optimierung, User Generated Content, Holistic Content ...
- Jetzt kostenlos anmelden:
  - <https://www.united-domains.de/webinare/>

# Unser Online-Seminar

- 15.-19. Juni (9:00-10:30 Uhr)
- Eine Woche, vollgepackt mit SEO-Wissen:
  - Keyword-Recherche, Linkaufbau, Content-Optimierung ...
- Alle Informationen + Anmeldung:
  - <https://www.united-domains.de/webinare/>

# Jetzt Sie!

- Ich freue mich auf ganz viele Fragen ...

# Vielen Dank!

Markus Hövener

Head of SEO, Bloofusion



markus hövener find ich gut



[Alle](#) [Bilder](#) [News](#) [Shopping](#) [Videos](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 27.500 Ergebnisse (0,48 Sekunden)

[www.bloofusion.de](http://www.bloofusion.de) › markus-hoeverer-find-ich-gut ▾

[Markus Hövener find ich gut ... | Bloofusion](#)

Noch mehr SEO-Input von **Markus Hövener** + Bloofusion? [Find ich gut!](#) ✓ [Search Camp](#)  
[Podcast](#) ✓ [Magazin suchradar](#) ✓ [Twitter](#), [Facebook](#), [XING & Co.](#)