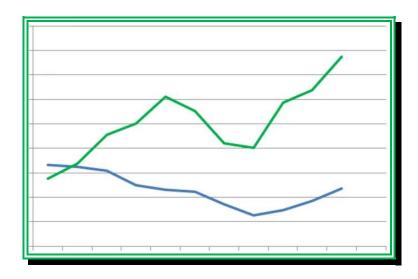
Reinhold Vogt **Suchmaschinen-Optimierung (SEO)**seo**4**kmu.de

MEHR BESUCHER AUF IHRER WEBSEITE MEHR UMSATZ DURCH IHRE WEBSEITE MEHR GEWINN FÜR IHR UNTERNEHMEN

Nutzen Sie meine Praxis-Erfahrungen!



Version 6.1, 2023

Liebe Leserin, lieber Leser,

alle Aussagen in diesem eBook habe ich nach bestem Wissen zusammengestellt.

Selbstverständlich habe ich alle meine Aussagen wahrheitsgemäß formuliert. Ich habe auch keine Grafiken manipuliert. Es kann jedoch sein, dass es zu manchen Keywords, Webseiten-Abschnitten, Rankings und Suchvolumina inzwischen Änderungen gegeben hat.

Nachdem Sie das SEO-eBook gelesen haben, können Sie sich nicht nur *mehrere Hundert* EUR für eine *maschinelle* Analyse Ihrer Webseite ersparen, sondern noch viel mehr für eine vermeintlich 'manuelle' Analyse durch eine SEO-Agentur.

Wahrscheinlich können Sie dann auch Ihre eigene Webseite *selber* optimieren oder Sie übertragen diese Aufgabe an einen Ihrer Mitarbeiter ... und sparen auf diese Weise sogar *mehrere Tausend* EUR für die Suchmaschinenoptimierung Ihrer Webseite durch eine SEO-Agentur.

Ggf. lagern Sie wenige technische Arbeiten, die Sie selber nicht durchführen können, an einen Webseiten-Programmierer (Web-Designer) aus, zum Beispiel das Einrichten von Google-Analytics oder Änderungen an einem WordPress-Theme.

Ich wünsche auch Ihnen gute SEO-Erfolge, und zwar rasch!

Reinhold Vogt

Ohr R. Lr

seo4kmu.de

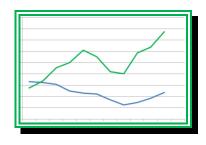
Tipp:

Verschaffen Sie sich zunächst einen Eindruck vom Gesamtinhalt. - Markieren Sie beim zweiten Lesen diejenigen Anregungen, die Sie als Erstes realisieren wollen.

Eine komprimierte Anleitung stellen die drei Checklisten dar.

Inhaltsverzeichnis

Ich wünsche auch Ihnen gute Ranking-Erfolge, und zwar rasch	S. 2
Das Hauptziel erreichen	S. 4
Viele mögliche Ranking-Faktoren	S. 6
Zahlreiche eher verwirrende als unterstützende Analyse-Tools	S. 8
Geld, Mühe, Zeit - Das hätte ich mir gern erspart	S. 9
"Content is King." - wirklich?	S. 10
Snippets haben vermeintlich nichts mit SEO zu tun, aber	S. 13
Featured Snippets: Position '0'	S. 14
Verkaufen SEO-Agenturen gern auch viel Unnötiges?	S. 15
15 Keyword-Erkenntnisse	S. 16
Suchvolumen - Darf's ein bisschen mehr sein?	S. 27
SEO-Untätigkeit - verblüffende Auswirkungen	S. 29
Weitere Praxis-Erfahrungen	S. 33
Wie schnell wirken sich Änderungen auf das Ranking aus?	S. 39
Checkliste 1: Maßnahmen zu Beginn Checkliste 2: Seiten attraktiver gestalten Checkliste 3: Justieren - nach dem Trial & Error-Prinzip	S. 43 S. 45 S. 47
Meine Vorgehensweise - Teil 1: Basis-Maßnahmen	S. 49
Meine Vorgehensweise - Teil 2: Zwillings-Schwerpunkte	S. 51
Meine Vorgehensweise - Teil 3: Wahl des besseren Tools Meine Vorgehensweise - Teil 4: smarter Workflow	S. 52 S. 54
Hatte ich das richtige Hauptziel anvisiert?	S. 59
Vorschlag für die ersten SEO-Schritte eines Startups	S. 61
Anhang	
- WordPress: Struktur-Infos	S. 63
- hilfreiche SEO-Tools	S. 64
fünf Services für Sie inklusiveStarten und dranbleiben	S. 67 S. 69
Update 2023	
Überraschung: Längerfristige Auswirkungen Freude: <i>Unbewusste</i> SEO-Kompetenz	S. 70 S. 71
Clevere Google-KI	S. 73



Das Hauptziel erreichen

Immer wenn ich im Internet Beiträge zur Suchmaschinenoptimierung gelesen hatte, bekam ich das Gefühl, in der Masse der vielen Informationen wie in einem Sumpf zu versinken: Die vielen angeblich relevanten Details führten mich zur Überzeugung, dass ich für die Suchmaschinenoptimierung meiner Webseite unbedingt die Hilfe einer professionellen SEO-Agentur in Anspruch nehmen müsse.

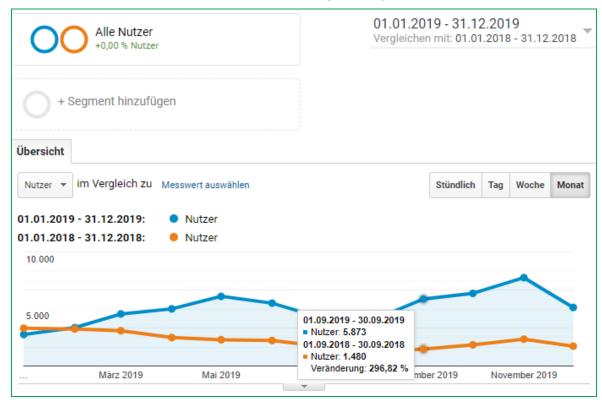
Aber deren Hinweise auf die erforderliche Dauer einer Zusammenarbeit und deren Honorarvorstellungen hatten mich ebenfalls verschreckt.

Deshalb hatte ich in den vergangenen Jahren immer wieder einmal versucht, es doch aus eigener Kraft zu schaffen.

Schließlich hatte ich ab Frühjahr 2019 einen Weg gefunden, der erfolgreich ist.

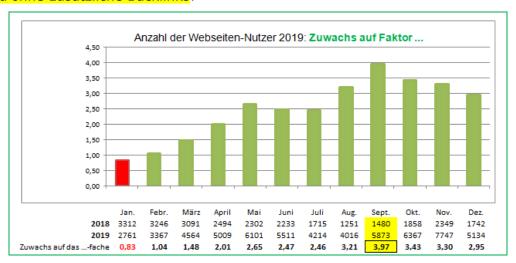
Viele Details mache ich mit Sicherheit *nicht* professionell, aber mein Hauptziel habe ich trotzdem erreicht, nämlich mehr Besucher auf meine Webseite zu lenken:

Ausschnitt aus Google Analytics

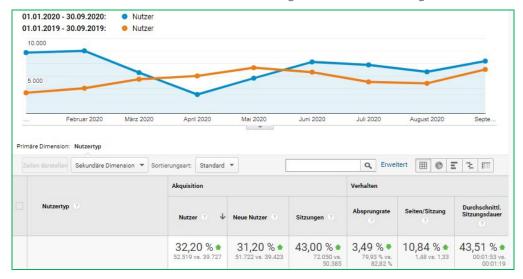


Die Grafik von der Vorseite erweckt auf den ersten Blick den Eindruck, als habe ich im November 2019 den größten Erfolg erreicht. Im November gab es zwar die größte Besucherzahl, aber der *prozentuale Zuwachs* gegenüber dem Vorjahr war im September am höchsten.

Der Zuwachs im September 2019 betrug 296,82%. Das ist eine **Steigerung** auf nahezu das Vierfache! ... ohne Google Ads (Google-Werbung), ohne andere Werbung zu schalten und ohne zusätzliche Backlinks!

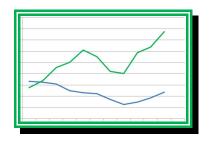


Von Jan. bis Sept. **2020** gab es nur noch einen Zuwachs von etwa 30%. Das hängt auch damit zusammen, dass die Besucherzahl in 2019 bereits ein hohes Niveau erreicht hatte. Ohne Corona *ab März* wäre der Zuwachs allerdings etwas höher ausgefallen.



Dieses eBook liefert Ihnen gut nachvollziehbare Antworten, insbesondere auf Ihre folgenden Fragen:

- 1. **Welches der vielen SEO-Tools** liefert mir diejenigen Infos, die ich möglichst einfach für meine Suchmaschinenoptimierung nutzen kann?
- 2. Wie ganz konkret kann ich das Google-Ranking meiner Webseite verbessern, um **mehr Besucher** zu bekommen?



Viele mögliche Ranking-Faktoren

Mögliche hilfreiche Ranking-Faktoren, mögliche schädliche Ranking-Faktoren:

- Ist die Domain schon ein paar Jahre alt? mindestens zwei Jahre
- Wird die Webseite noch unter http angezeigt? anstelle von https
- Ist die Webseite auch für die Darstellung auf Mobilgeräten (Handy, Tablet) geeignet?
 (Responsive Webdesign)
- Ist die Qualität des html-Codes in Ordnung?
- Ist die Qualit\u00e4t des CSS-Codes in Ordnung?
- Gibt es ggf. Probleme bei einer dynamisch erzeugten Webseite?
- Ist das Keyword im URL enthalten?
- Passt die Top-Level-Domain, zum Beispiel ".de", zum Land, aus dem die erhofften Suchanfragen erwartet werden?
- Wird die Webseite bei einem kostenlosen Web-Hoster betrieben?
- Wird die Webseite unter einer fremden Root-Domain betrieben? (Subdomain)
- Ist der Webserver, auf dem die Domain gehostet wird, häufig nicht erreichbar?
- Ist das Keyword im Webseiten-Menü integriert?
- Enthält der Titel der betreffenden Seite ausschließlich oder überwiegend Großbuchstaben?
- Enthält die betreffende Seite ggf. mehrere Titel? (H1-Überschriften)
- Ist der Seitentitel identisch mit dem Titel einer anderen Seite?
- Enthält die betreffende Seite 'zu wenig' Text? Der Text sollte mehrere 100 Wörter umfassen; 800 bis 3.000 Wörter sind vermutlich besonders gut. Es gibt aber auch Webseiten mit extrem wenig Text und trotzdem hervorragenden Platzierungen!
- Enthält die betreffende Seite identische Meta-Tags wie andere Seiten der Domain?
- Enthält die betreffende Seite das Meta-Refresh-Tag?
- Ist für die betreffende Seite das Meta-Robots-Tag richtig eingesetzt?
- Ist der Inhalt der betreffenden Seite insgesamt oder in großen Teilen identisch mit dem Inhalt einer anderen Seite? Das lässt sich über folgenden Code prüfen: https://www.copyscape.com/?q=https%3A
- Enthält die betreffende Seite einen Link oder mehrere zu unseriösen Webseiten?
- Gibt es Backlinks zur betreffenden Seite?
- Ist in den Backlink-Texten (Anchor-Texte) zur betreffenden Seite das Keyword enthalten?
- Werden für die Domain gekaufte Backlinks genutzt?

- Ist das Keyword in der Meta-Description der betreffenden Seite enthalten?
- Ist das Keyword in der H1-Überschrift der betreffenden Seite enthalten?
- Ist das Keyword mind. in einer H2-Überschrift der betreffenden Seite enthalten?
- Wird das Keyword im Text der betreffenden Seite 'angemessen' häufig verwendet?
- Wird das Keyword im Text der betreffenden Seite 'angemessen' häufig in **fett** dargestellt?
- Gibt es weißen Text auf weißem Hintergrund?
- Enthält die betreffende Seite passende Grafiken mit dem Keyword in den ALT-Tags?
- Verweilen die Besucher möglichst lange auf der betreffenden Seite?
- Gibt es Möglichkeiten zur Interaktion auf der betreffenden Seite?
- Kommen möglichst viele Bescher erneut auf die betreffende Seite?

Drei Faktoren oder fünf oder zwölf oder 37 oder 200 oder über 300?

Der SEO-Rankingfaktor E-A-T verständlich erklärt | seonative ...

https://www.seonative.de > SEO Blog ▼

17.12.2018 - Noch mehr Information: Alle SEO Rankingfaktoren ... Drei Faktoren mit denen Google misst, ob sie eine Webseite für vertrauensvoll hält oder ...

Die 5 wichtigsten SEO-Faktoren in 2019 - Trusted Shops

https://business.trustedshops.de > blog > seo-faktoren *

15.01.2019 - Wenn Sie auch dieses Jahr neue Kunden über Google gewinnen wollen, sollte Ihr Online-Shop die wichtigsten Ranking-Faktoren erfüllen.

Die 10 wichtigsten Ranking-Faktoren in Google ...

https://www.selbstaendig-im-netz.de > SEO

16.07.2018 - Das bedeutet, dass SEO-Tipps und Informationen zu Ranking-Faktoren immer auch subjektiv sind. Google lässt sich nicht in die Karten ...

SEO Trends | Die 12 wichtigsten SEO Rankingfaktoren 2019

https://www.kopfstand-web.de > blog > blog-detail > news > seo-trends-2019 *

Um hier etwas Klarheit zu schaffen, erläutern wir euch, auf welche SEO Faktoren es im Jahr 2019, aus unserer Sicht als SEO Agentur, besonders ankommen ...

SEO: Die 37 wichtigsten Rankingfaktoren - Chimpify

https://www.chimpify.de > marketing > rankingfaktoren *

Das Ding ist einfach, SEO hat immer mit Spekulation zu tun. Deshalb sind einige von diesen Faktoren belegt, manche davon kontrovers und manche wiederum ...

Ranking Kriterien einfach und verständlich erklärt - SEO-Küche

https://www.seo-kueche.de > Lexikon > SEO Lexikon ▼

**** Bewertung: 4,7 - 14 Rezensionen

Weiter zu Ranking Faktoren von Google - Laut Aussage von Google fließen etwa 200 Faktoren in den Algorithmus ein. Viele davon sind natürlich geheim, ...

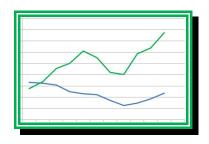
Suchmaschinenoptimierung (SEO) · Internetagentur Aysberg

https://www.aysberg.de > leistungen > suchmaschinenoptimierung-seo ▼

Als SEO-Agentur in Freising bringen wir Sie auf die vordersten Positionen. ... Man sagt, Google bewertet über 300 Faktoren für das Ranking in den organischen ...

Die große Menge an Ranking-Faktoren stellt für SEO-Agenturen eine schier unendliche Quelle an verkaufbaren Dienstleistungen dar! - Bessere Rankings können aber durch relativ wenige eigene Optimierungen erreicht werden.

Andererseits kann auch ein erheblicher SEO-Aufwand erfolglos bleiben ...



Zahlreiche eher verwirrende als unterstützende Analyse-Tools

Mehrere professionelle Analyse-Tools haben einen für meine Zwecke viel zu großen Funktionsumfang. Das ist für mich ausgesprochen verwirrend.

Einige der in den Analysen verwendeten Begriffe verstehe ich überhaupt nicht. - Manche Aussagen sind schlicht falsch, zum Beispiel:



'lehrgespräch' > "... kein guter Suchbegriff"?

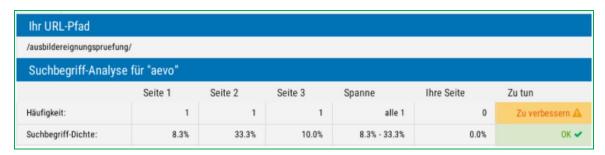
Der Suchbegriff 'lehrgespräch' hat ein Suchvolumen von etwa 2.600. - Eine meiner Seiten kommt damit unter die Top-10!

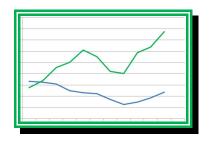
Gleiches gilt für weitere Keywords, die ebenfalls nur aus *einem* Wort bestehen.

Angeblich 'Überoptimiert' (nach Vergleich mit den drei Top-Seiten der Mitbewerber):



Es ist falsch, dass das Keyword im URL-Pfad enthalten sein muss / soll: Einige meiner Seiten enthalten *mehrere* sehr gut gerankte Keywords, obwohl allenfalls nur eines der Keywords im URL-Pfad enthalten ist.





Geld, Mühe, Zeit -Das hätte ich mir gern erspart

Weil ich selber keine Ahnung hatte, worauf es bei der Suchmaschinenoptimierung ankommt, hatte ich mehrere Jahre lang Hilfe bei verschiedenen Unternehmen bzw. deren Services gesucht.

Dadurch hatte ich viel Arbeit und Zeit verloren, in der ich zusätzliche Verkaufserfolge hätte erreichen können. Außerdem hatte ich dadurch 'Geld zum Fenster rausgeworfen'.

Dieses eBook war für mich Anlass, mir einmal einen Überblick über meine bisherigen 'Umwege' zu verschaffen:

- ab 2006 mehrere Jahre lang **IBP** (iBusinessPromoter) von Axandra genutzt Slogan: "IBP ist das SEO-Tool, mit dem Ihre Website garantiert auf Platz 1 kommt!"
- 2015 hatte ich mir von **KlickTel** eine "ganz spezielle" Landingpage aufschwatzen lassen. Das sei der Königsweg zur Suchmaschinenoptimierung. dubioses Unternehmen: https://verbraucherdienst.blogspot.com/2014/06/TelegateMediaAG.html
- 2015 / 2016: **rankingCoach** "Mit rankingCoach bringst du dein Unternehmen einfach ganz nach oben." Für mich war es nicht einfach ...
- 2018 / 2019: XOVI Ich habe das System nicht durchschaut / für mich leider nicht nutzen können. Selbst ein eintägiger Workshop bei XOVI in Köln hatte mir nichts gebracht.
- 2019: **Seitwert-**Analyse für mich eine Schwemme nutzloser und eher verwirrender Infos
- Mehrere Pressemitteilungen über kostenfreie und kostenpflichtige Presseportale versendet, um vermeintlich wertvolle Backlinks zu bekommen.

Zwischensumme der Kosten: etwa 4.000 EUR

Zwischen 2007 und 2015: Google Adwords / Google Ads für mehr als 20.000 EUR

Gesamtsumme: etwa 24.000 EUR



HineinHeraus.de AEVO-Lernkartei.de AEVO-Experten.de

Reinhold Vogt, Deutschlands innovativer Lerntechnik-/Gedächtnis-Trainer

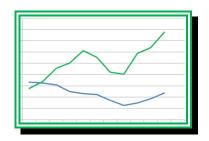
Liebe Leserin, lieber Leser,

das **Inhaltsverzeichnis** sowie die **ersten fortlaufenden Seiten** der Leseprobe sollen Ihnen einen Eindruck vom **Inhalt** des SEO-eBooks und von meiner **Schreibweise** vermitteln.

Die wichtigsten Inhalte des eBooks sind in **dieser Leseprobe** natürlich nicht enthalten. Ich bitte um Verständnis.

Ohr R. L. Reinhold Vogt

P. S.: Es folgt noch eine weitere Seite aus dem SEO-eBook.



fünf Services inklusive

1. KeywordReducer

Für die Entwicklung des KeywordReducers hatte der Programmierer vier Stunden gebraucht (vier IT-Stunden je 70 EUR = 280 EUR). - Sie dürfen den KeywordReducer dauerhaft, also ohne zeitliche Befristung, nutzen:



Garantie: Das Programm enthält keinen Schad-Code.

2. Ich beantworte Ihnen gern bis zu drei eMails mit insgesamt drei Fragen – zu den im eBook beschriebenen Inhalten.

Für meinen Arbeitsaufwand bzw. für die Arbeitszeit zur Beantwortung Ihrer Mail-Anfragen kalkuliere ich insgesamt 45 EUR. - Ich ziehe eMails gegenüber Telefonaten vor, weil schriftlich formulierte Fragen und schriftlich formulierte Antworten erfahrungsgemäß prägnanter und deshalb auch effizienter sind. Außerdem haben Sie den Vorteil, dass Sie schriftliche Antworten wiederholend lesen können.

3. eBook-Update

In den ersten sechs Monaten nach Erwerb dieses "SEO-eBook für KMU" erhalten Sie eine eventuell überarbeitete Version kostenfrei; die aktuelle Version stammt von 2023.

4. WORD-Dokumentations-Datei - als Kopiervorlage:

5. vier ungewöhnliche Ideen für mehr Webseiten-Besucher

Bei diesen Ideen geht es *nicht* um die Suchmaschinenoptierung, sondern um das *übergeordnete* Ziel, nämlich die Anzahl potenzieller Käufer auf der Webseite zu erhöhen, und zwar *ohne* GoogleAd, *ohne* Retargeting, *ohne* GoogleSense, *ohne* Facebook-Werbung, *ohne* YouTube-Videos, *ohne* PR-Aktionen. - Hier diese vier ungewöhnlichen Ideen:

