

## Konkurrenzanalyse

Stand: 13.10.2022

Wozu wissen, was die Konkurrenz macht?



Das Verhalten der Konkurrenz kann Ihnen bei SEO nur Vorteile bringen: [Keyword Analyse](#), Onpage-Analyse und das **Beobachten des Ist-Zustands** sind Faktoren, die Ihnen bei Ihrer eigenen Suchmaschinenoptimierung helfen, da Sie *von den Fehlern der Konkurrenz lernen* können und so die Nischen ausnutzen, die andere Ihnen bieten. Wenn Sie wissen, wie die Konkurrenz SEO betreibt, haben Sie beste Chancen durch Online Marketing Ihre **Rankings bei Google zu verbessern**.

Was tun, um sich von ihr abzuheben?

Das Zauberwort heißt: Analysieren. Sie sollten zu jeder Zeit alle Faktoren bei der SEO Konkurrenzanalyse im Blick haben. *SEO ist ein immer währender Prozess Ihrer [Online Marketing Strategie](#)*, bei dem es keinen endgültigen Zustand gibt. Die Konkurrenz verändert sich und hat den Markt im Internet – ebenfalls wie Sie – bestens im Blick. Analysieren Sie Ihren **Ist-Zustand** und vergleichen Sie die wichtigsten Keywords mit denen der Konkurrenz. Außerdem müssen Sie unbedingt Ihre Zielgruppe und deren Erwartungen und Wünsche kennen. Daraus ergeben sich die SEO Keywords, die Ihnen im Ranking einen Vorteil verschaffen werden.

Sich über die eigene Wirkung bewusst werden – selber Konkurrenz sein!

Brand-Trust ist nicht nur ein Modewort, sondern **Ihre Eintrittskarte in die besten Suchmaschinenergebnisse von Google**. Lieben Sie, was Sie tun und vermitteln Sie genau das an die digitale Welt. *Wer authentisch agiert, wird positiv wahrgenommen*. Dadurch fällt es Ihren potentiellen Kunden oder Usern leicht, Ihre Botschaft verbreiten, und das am besten sogar [viral](#).

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

## Analyse und Controlling: Das A und O in SEO

An erster Stelle steht die Analyse Ihrer eigenen Domain mit alle existierenden Subdomains in Bezug auf das Ranking bei Google. Um einen umfassenden Überblick zu haben, sollten Sie den Verlauf der letzten zwei Jahre berücksichtigen. Um alle Kennzahlen richtig und angemessen analysieren zu können, empfiehlt sich ein **Tool zur Hilfe**. Welche Keywords sind für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung relevant? Welche Keywords verwendet Ihre Konkurrenz? All diese Punkte müssen Sie bei einer gründlichen SEO Konkurrenzanalyse berücksichtigen, um langfristigen Erfolg im Online Marketing zu haben.

### Die wichtigsten Schritte für eine SEO Konkurrenzanalyse:



Egal, ob Sie eine SEO Konkurrenzanalyse für einen Onlineshop oder für eine reine **Informationsseite** betreiben möchten: Die erste Frage, die Sie sich stellen sollten, ist die nach dem Keyword: **Mit welchem Keyword wollen Sie gefunden werden?** Welche Keywords benutzt Ihre Konkurrenz und welche Keywords beschreiben Ihren Onlineshop am besten? Denken Sie daran, auch mit Longtail-Keywords zu arbeiten, mit ihnen können Sie gute Ranking Ergebnisse erzielen. Um Ihre Mitbewerber überhaupt herauszufinden, sollten Sie zuerst die *Top Ten der Google Ergebnisliste ansehen und mithilfe eines Tools eine SEO Konkurrenzanalyse starten*.

### Die besondere Herausforderung bei Onpage SEO für Onlineshops

Der eigene Internetauftritt sollte, unabhängig von der Konkurrenz, eine gute Onpage-Optimierung erhalten. Wer einen Onlineshop betreibt oder in Zukunft betreiben will, muss einige *zusätzliche Faktoren bei SEO* beachten, die reine Informationsseiten nicht aufweisen.

Wahrscheinlich haben Sie in Ihrem Onlineshop einige Produkte, die Sie an Ihre potentiellen Kunden verkaufen möchten. Abhängig von der Anzahl der Produkte müssen Sie diese auch inhaltlich **in Kategorien einordnen**. *Schon bei dem Aufbau Ihres Shops sollten Sie deshalb gleich an die Suchmaschinenoptimierung denken*. Kategorisierung und Anzahl der Produkte sind nämlich zwei Faktoren, die Ihnen bei SEO später entweder helfen oder Sie zur Verzweiflung bringen können.

Denken Sie stets daran, **nicht zu viele Verzweigungen oder Unterseiten anzulegen**, da sich ansonsten weder der Suchmaschinenroboter noch der Kunde in Ihrem Onlineshop zurecht finden. Benutzen Sie sprechende URLs in Ihrer Linkstruktur des Shops. Die URL sollte so aufgebaut sein, dass sie durch manuelles Kürzen oder bearbeiten logisch an den gewünschten Ort verlinkt. Arbeiten Sie möglichst nicht mit Parametern oder Keywords, sondern mit den Namen für die Kategorien / Produkt in der URL.

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

*Achten Sie dringend auf die Qualität Ihrer Produktbeschreibungen. Nichts langweilt Kunden mehr, als die immer wieder auftauchenden und exakten Produktbeschreibungen im Internet. Auch für Ihr Ranking sollten Sie an die Beschreibung denken: Mit **einzigartigen Inhalten** honoriert Google Sie durch einen guten Platz in den SERPs.*

Ebenfalls besonders **wichtig für Onlineshops: Der Fauxpas der doppelten Inhalte**. Wenn Produkte unter mehreren Kategorien auffindbar sind, müssen Sie Maßnahmen treffen, dass Google diese Seite nicht als Duplicate Content bewertet.

*Wenn Sie diese und weitere Faktoren beachten, heben Sie sich automatisch von Ihren Mitbewerbern durch eine zu 100 Prozent für Suchmaschinen optimierte Seite ab!*

## Onpage SEO bei reinen Informationsseiten

Im Unterschied zum Onlineshop haben Sie bei einer reinen Informationsseite mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht so viele Unterseiten wie bei einem Onlineshop. Aber dennoch müssen Sie Ihre Seite so gut wie es geht mit den bekannten SEO Maßnahmen optimieren, damit Sie an der Konkurrenz vorbei ziehen. **Sie sollten folgende Punkte beachten:**

- **Hochwertige Inhalte** sollten ebenfalls einer der Punkte auf Ihrer Agenda sein. *Überzeugen Sie mit informativen und gut recherchierten Texten, Bildern und Infografiken, die einen Mehrwert für Ihre Nutzer darstellen. Wie auch bei den Onlineshops müssen Sie darauf achten, dass Sie **keinen Duplicate Content** haben. Achten Sie auf die Textinhalte Ihrer Konkurrenz! Punkten Sie mit einem Mix der Top Ten Google Konkurrenten.*
- Wenn Sie bei der SEO Konkurrenzanalyse feststellen, dass in den SERPs ein Ergebnis aus der **Google Bildersuche eine hohe Position** innehat, sind *gute Grafiken und Bilder für Ihre Internetpräsenz sehr wichtig.*
- Texte sollten **nicht nur einen Mehrwert bieten**, sondern auch für die **Suchmaschinen optimiert** werden. Innerhalb der [Onpage Optimierung bei SEO](#) können Sie *mithilfe der bekannten WDF\*IDF-Formel Keywords und Suchbegriffe sinnvoll im Text unterbringen*. Für die Umsetzung eignen sich ebenfalls wieder Tools wie zum Beispiel von Xovi.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB



## Die eigene Onpage Analyse: Seien Sie besser als die Konkurrenz

Die Analyse der internen **Links**, **Meta-Angaben**, **Sitemap etc.** verhelfen Ihnen zu einer effektiv ausgerichteten Internetpräsenz, die bei Kunden sowie bei Google gleichermaßen gut ankommt. **Doch welche Maßnahmen sollten bei einer SEO Konkurrenzanalyse getroffen werden?** Alle Punkte, die Sie als SEO Maßnahmen einsetzen können, haben eines gemeinsam: Sie müssen von Ihnen konsequent eingehalten werden. Für eine effektive SEO Konkurrenzanalyse bieten sich exakt darauf ausgerichtete Tools an, die Ihnen bei der Interpretation und Differenzierung der wichtigsten Zahlen und Daten helfen. Bekannte **Tools** dafür sind zum Beispiel Sistrix, Xovi und die hauseigenen Tools von Google. Sie alle **analysieren Ihre Konkurrenz auf Keywords** und anderen Optimierungsmaßnahmen, von denen Sie letztendlich profitieren können. Alle Anbieter haben kostenlose Testangebote, um sich einen Überblick zur Wirkungsweise machen zu können.

Bei der **Onpage Analyse** sind vor allem folgende Faktoren wichtig:

- **Strukturelle Optimierungen:**

Achten Sie auf alle Formatierungen Ihrer Seite. *Struktur und Form sind nicht nur für Ihre User wichtig, sondern bieten auch dem [Google-Bot](#) die Informationen, die er benötigt.* Gerade das Einsetzen der **korrekten Überschriften** und das **Einhalten bestimmter Formatierungs-Konventionen** helfen enorm bei einer hohen Platzierung in den Ergebnislisten der Suchmaschine.

- **Inhaltliche Optimierungen:**

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

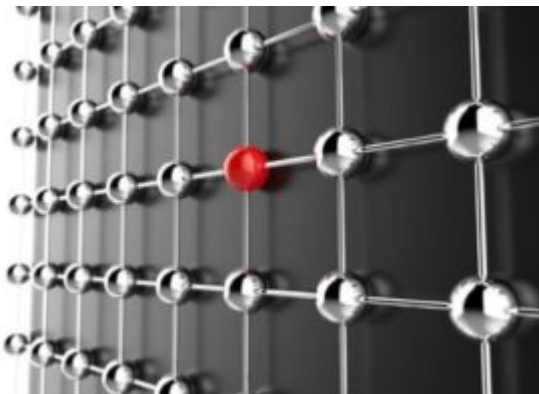
**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

Setzen Sie immer auf **einzigartigen Content!** Nicht nur allgemeine Texte und Artikel, sondern auch Titel und Beschreibung der Website sollte aussagekräftig und qualitativ besonders hochwertig sein. *Im Title-Tag und in den Meta-Descriptions sollten Sie auf eine richtige Länge achten* und den Inhalt Ihrer Seite immer passend beschreiben. Dieser Content ist für die Ergebnisliste der Suchmaschine Google relevant, da er das Aushängeschild Ihrer Internetpräsenz ist.

- **Technische Optimierungen:**

Egal ob Statuscodes, die [robots.txt](#) oder duplicate content: *Die Überwachung von technischen SEO Onpage-Maßnahmen muss regelmäßig geschehen.* Nur wenn Sie einen Überblick über Ihre Daten haben und diese den **jeweiligen Gegebenheiten stets anpassen**, können Sie die Konkurrenz mit einer guten Positionierung bei Google überholen.



## Zusätzliche Maßnahmen für eine erfolgreiche SEO Konkurrenzanalyse

- **Backlink Analyse:** Haben Sie die Herkunft, Verteilung, Popularität und das Thema immer im Blick, so können Sie von einem aussagekräftigen Linkprofil profitieren. Mithilfe von [Tools](#), wie zum Beispiel von LinkResearch, Sistrix und Xovi, können Sie das **Konkurrenz-Linkbuilding stets überwachen** und Ihr eigenes dahingehend optimieren. Aber Achtung: Kommen Sie nicht in die Versuchung, das Linkprofil der Konkurrenz zu kopieren, stellen Sie stattdessen lieber sinnvolle Beziehungen her und profitieren Sie von gegenseitigen Verlinken. Setzen Sie auch auf **Social Signals** und versuchen Sie Ihre Markenbotschaft durch Qualität viral verbreiten zu lassen. So haben Sie ein **natürliches Linkprofil** und gehen den Maßnahmen des Penguin-Updates seitens Google aus dem Weg.
- **Benchmarking:** *Seiten, die laut Google besonders gut hinsichtlich [Verweildauer](#) und Absprungraten abschneiden, werden als Maßstab genommen*, um andere Websites daran zu messen, können Sie ein besseres Ranking erreichen. Wo stehen Sie bei Benchmark-Listen? Achten Sie auch auf das [Page Layout](#): Die Anordnung der Elemente, wie zum Beispiel Texte, Ort der Produkte, Bilder, klickbare Buttons oder Slider können ebenfalls ein **wichtiges Merkmal der SEO Konkurrenzanalyse** sein. Hier bieten sich auch bestimmte Tracking-Tools zur Analyse an, die Heatmaps erzeugen. Ein bekanntes und umfangreiches Tool für ausführliche Heatmaps ist unter anderem CrazyEgg.

## Fazit

**Um die richtigen Keywords und seine Zielgruppe zu definieren, benötigt es einer gründlichen SEO Konkurrenzanalyse innerhalb Ihrer Online Marketing Strategie. Nur so können Sie die Sichtbarkeit Ihrer Domain steigern. Richten Sie Ihre SEO Konkurrenzanalyse nach der Art Ihrer Geschäftsführung:**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

**Website aus! Bei Onlineshops müssen Sie ein wenig anders agieren, als bei reinen Informationsseiten. Grundlegend ist immer die Analyse des relevanten Suchbegriffs. Orientieren Sie sich an den Ergebnissen, die Ihnen unter den Top Ten der Google SERPs angezeigt werden. Hierüber können Sie schnell die Intention Ihrer potentiellen Kunden ausfindig machen. Seien Sie bei SEO Ihrer Konkurrenz immer einen Schritt voraus, dann können Sie Ihren Erfolg garantieren.**

Wenn Sie die Konkurrenz im Blick haben und so agieren, dass Sie ihr immer einen Schritt voraus sind, können Sie mit Leichtigkeit ein hohes Ranking bei Google erreichen. Achten Sie zusätzlich auf Ihre Konkurrenz, wenn Sie planen, neue Inhalte auf Ihrer Website zu präsentieren oder welche zu verändern: Hier ist eine SEO Konkurrenzanalyse ebenfalls wichtig. Denn Ihr Ziel muss es sein, den besten Service rund um Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu bieten und die potentiellen Kunden für sich zu gewinnen.

Profitieren Sie von Löwenstark als [Online-Marketing-Agentur](#) von Erfahrung und Expertise aus über 2.500 Projekten. Nehmen Sie jetzt Kontakt auf!

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB