

## SEO Basics

Stand: 04.03.2025

[SEO](#) wird oft als Raketenwissenschaft angesehen. Stimmt das?

Wie im Sport gibt es in der Disziplin SEO sowohl die **absoluten Basics** und die Kür, die nur Profis beherrschen. Ein weit verbreiteter Aberglaube ist, dass die SEO Basics keinen Einfluss haben.

Sie benötigen gar nicht immer die absoluten Killer-Taktiken und ein endloses Budget, um Erfolge in der Suchmaschine zu feiern.

In diesem Beitrag wollen wir Ihnen unsere SEO Basics vorstellen, die (fast) immer funktionieren und bei vielen Projekten bereits zum Erfolg geführt haben.

Sie werden überrascht sein, wie leicht sich manche Punkte anhören und umsetzen lassen. Wir behalten im Hinterkopf, dass die SEO Basics selbst von Webmastern ohne große Fachkenntnisse umgesetzt werden können.

Legen wir los!

### SEO Basic Nr. 1: Optimieren für User und nicht für Google

Es heißt zwar Suchmaschinenoptimierung, aber in Wirklichkeit müssen Sie bei Ihren Anstrengungen den User oder **Kunden im Fokus** haben.

Der Algorithmus von Google ist mit den letzten Google Updates immer klüger geworden. Das bedeutet, wenn Sie ausschließlich an einer technischen Komponenten feilen, die gar keinen Einfluss auf Ihre Besucher haben, dann **optimieren Sie an der falschen Stelle**.

[SEO kann sehr technisch](#) werden und Webseiten- oder Shop-Betreiber sind schnell verunsichert, ob Sie alles richtig machen.

Konzentrieren Sie sich auf die Dinge, die Sie tatsächlich beeinflussen können.

**Rankingfaktoren** für User und passende Quickfixes:

- **Ladezeiten / Pagespeed:** Die Installation einer Cache Plugins erzielt oft sehr gute Ergebnisse.
- **Mobile Darstellung:** Updaten Sie Ihr Templates, wenn Updates verfügbar sind.
- **Content:** Sammeln und beantworten Sie Kunden Fragen, denn diese Texte sind immer SEO relevant.
- **Interne Links:** Verlinken Sie in Texten wichtige Bereiche Ihrer Webseite nach Gefühl. Hier können Sie wenig falsche machen.

**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

**Merke:** Stellen Sie sich vor jeder Optimierung die Frage: „Was haben meine Besucher davon?“. – In 2019 sind User Signale und Google eng miteinander verknüpft.

## SEO Basic Nr. 2: Klasse statt Masse

Diesen Tipp könnten Sie auch in einem Buch für Ernährungstipps gelesen haben. Er trifft auf viele Bereiche der Suchmaschinenoptimierung zu:

- **Google Index:** Betrachten Sie den Index wie Ihr Schaufenster, indem Sie nicht unbegrenzt Platz haben. Ist es unsortiert und unauffällig gehen die User daran vorbei.
- **Linkbuilding:** Bauen Sie lieber wenige Links von Autoritäten auf, statt mit Links niedriger Qualität vielleicht sogar eine [Abstrafung](#) zu riskieren.
- **Content-Erstellung:** In Bezug auf Basic Nr.1 – User lieben detaillierte Inhalte und wollen Fragen beantwortet wissen. Das geht in einem strukturierten Artikel statt 1.000 einzelner Unterseiten.

In diesem SEO Basic finden Sie erneut ein Konzept, statt einer festen Regel „Optimieren Sie X“. Wenn Sie mit dem **richtigen Verständnis** an Ihre SEO herangehen, können Sie das Konzept fast in jeder Situation anwenden.

### Ein fiktives Beispiel:

Sie sind Hersteller von Maschinen im Bereich Garten und Heim. Unter anderem stellen Sie elektrische Rasenmäher her.

- **SEO Nr. 1** rät Ihnen, dass Sie alle Ihre Geschäftspartner informieren sollen, die Ihre elektrischen Rasenmäher vertreiben. Sie sollen einen Link auf der Webseite einbinden. Sie haben ca. 1.000 Kontakt und der SEO schickt Ihnen das [HTML](#) für die Verlinkung.
- **SEO Nr. 2** hat einen Kontakt bei <https://www.mein-schoener-garten.de/> und rät Ihnen einen Artikel zu der Entwicklung und Verbesserungen elektrischer Rasenmäher zu schreiben. Dieser kann im Anschluss auf einem Blogeintrag des Magazins <https://www.mein-schoener-garten.de/> verlinkt werden.

### Wie entscheiden Sie sich? Gar nicht einfach oder?

Analysieren wir kurz Aufwand und Nutzen der vorgeschlagen Optimierungen.

SEO Nr.1 hat sicherlich einen guten Plan. Er muss nur einmal eine Mail verfassen und den Link definieren. Die Gefahr seiner Taktik ist, dass er keine Kontrolle über die Qualität der Seiten hat von denen verlinkt wird. Nicht jeder Geschäftspartner hat eine gute Webseite. Es kann sein, dass Links falsch eingebaut werden.

Im Gegensatz dazu schlägt SEO Nr.2 nur eine einzige Quelle vor, zu der Sie auch noch selbst einen Text liefern müssen. Der Link geht dann nicht mal auf die Kategorien. Klingt nach mehr Arbeit und weniger Nutzen. Bei genauerem Hinsehen hat die Domain <https://www.mein-schoener-garten.de/> eine Sichtbarkeit von mehr als 30. Bei einer Linksetzung kann Traffic auf Ihre Seite kommen.

**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

Sie haben es sicher schon erahnt. SEO Nr.2 schlägt die weniger gefährliche, konkrete und nachhaltige Maßnahme vor. SEO Nr. 1 könnte durchaus einen Glückstreffer landen, aber auch leer ausgehen. Taktik Nr.2 kann selbst ranken und durch den Link insgesamt der Seite helfen.

**Merke:** Wenden Sie das Konzept „Klasse statt Masse“ auf alle Ihnen bekannten Bereich der SEO an. Machen Sie ein paar Sachen richtig, als hunderte falsch.

## SEO Basic Nr. 3: Keywords festlegen simpel & effektiv

Natürlich haben Sie bereits von Keywords und der Technik die richtigen auszuwählen gehört. Hier treiben es viele übereifrige SEOs manchmal zu weit. Es werden Keywords-Cluster mit 1.000 fokussierten Keywords aufgestellt.

**Wie zu weit?** Ist es nicht sinnvoll genau über seine Keywords Bescheid zu wissen?

Für eine grundlegende SEO brauchen Sie nicht zu weit ins Detail gehen. Die allgemeine Analyse und Abschätzung der wichtigen Bereiche ist viel entscheidender.

### Wichtige Fragen & Reaktionen zu Ihrem Keyword Set:

- **Wie grenzen sich meine Angebote voneinander ab?**  
Unterteilen Sie Ihre Angebote, damit Unterschiede erkennbar werden. Aber nicht zu fein.
- **Sind meine Angebote komplex?**  
Benutzen Sie ein W-Fragen Tools für relevante Longtail Keywords.
- **Welche URLs erhalten bereits Traffic?**  
Sie finden diese List in der [Google Search Console](#). Keine Profitools sind notwendig, um rauszufinden, wo Sie bereits ranken.

Ihre Seitenstruktur bestimmt das Keywordset ungemein. Wenn Sie Produkte verkaufen und nach Kategorien einlagern, legen Sie in den meisten Fällen schon die richtigen Keywords fest, ohne es zu wissen.

**Merke:** Bitte optimieren Sie „Keyword + kaufen“ nicht separat. Google erkennt Synonyme sehr gut und fasst ähnliche Keywords zusammen.

Übrigens: Auf einer URL können bis zu 1.000 Keywords und Variationen ranken.

### Keyword Schichten definieren:

Im Artikel zur Keywords Recherche haben wir Ihnen die Schichten vorgestellt.

- **Schicht 1:** Direkte Keywords zu Ihrem Geschäft
- **Schicht 2:** Anwendung und näherer Umkreis
- **Schicht 3:** Informelle themenrelevante Keywords

**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

Innerhalb einer Basis Analyse zu Ihren Keywords sollten Sie diese Schichten herausfinden. Optimieren Sie zuerst **Schicht 1**, damit Ihre Bemühungen direkt Früchte tragen. Im Fall von Onlineshops befinden sich die Keywords in der Regel auf den **Kategorieseiten**.

Meist muss hier nicht mal eine aufwendige Recherche gemacht werden. Wenn die Webseite bereits eine Weile besteht sind hier **Potential Rankings** zu finden, die einfach übernommen werden können.

Schicht 2 und 3 gehen Sie erst später an oder wenn Schicht 1 keine Potential hat. Das würde bedeuten, dass alle Keywords Ihrer Angebote auf Seite 1 sind. In den meisten Projekten ist das nicht der Fall.

**Merke:** Die Gliederung der Webseite bestimmt die Keywords mit. Finden Sie heraus, wie Angebote kategorisiert werden.

Fast alle unserer Kunden wissen bereits vor einer Analyse, was wichtige Keywords sind, weil Sie den Umsatz sehen. Als SEO Basic ist dieses Wissen vollkommen ausreichend.

Wer zusätzlich Zeit hat schaut sich **Keywords von Wettbewerbern** an, für die die eigene Webseite noch nicht rankt. Zur Unterstützung kommen [SEO Tools](#) ins Spiel, weshalb dieser Extratipp kein kostenloses SEO Basic ist.

## SEO Basic Nr. 4: Klick Trough Rate

Es gibt für Title, Metadaten und [Rich Snippets](#) sehr gute Best Practises, die Sie selbst anwenden können.

Zu den einfachsten Empfehlungen gehört die maximale Länge von Title und Meta-Description, sowie die Integration des fokussierten Keywords.

Diese sollten Sie auch beachten. Die **Best Practises der Metadatenoptimierung** sind Pflichtprogramm. Als SEO-Basics würde ich sie allerdings nicht bezeichnen. Eher als Voraussetzung.

### Was sollen Sie ergänzend tun?

Schauen Sie sich Ihre Daten an. Eine Metabeschreibung der richtigen Länge mit Keyword ist immer noch nicht optimiert, wenn die **CRT unter dem Durchschnitt Ihrer Webseite** liegt!

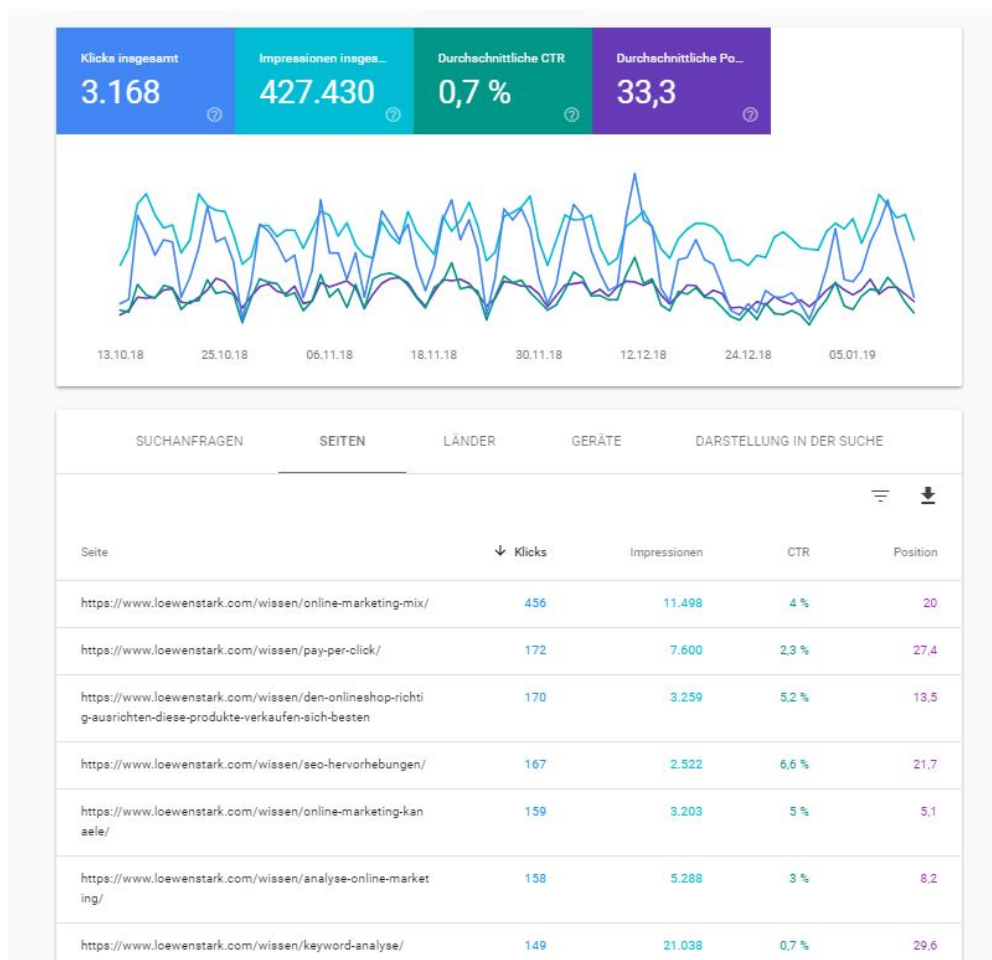
### Das können Sie ganz einfach selbst prüfen:

Rufen Sie die neue Search Console Daten Ansicht auf und den Punkt „Leistung“ 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



Der Screenshot zeigt eine Momentaufnahme unseres eigenen Wiki Bereiches der loewenstark.com Webseite.

Sie sehen, dass der Schnitt für die CTR bei 0,7% liegt. Ich suche einfach bei „Seiten“ nach den URLs, die eine geringere oder ähnliche CTR haben.

Lange suchen muss ich nicht. Offenbar sollte ich mir den Artikel unserer [Keyword Analyse](#) (0,7%) genauer anschauen. Aktuell ist das primäre Keyword „Keyword Analyse“ nicht im Titel enthalten.

Wenn sie diese Seiten gefunden haben müssen Sie Fehler im Best Practise suchen und andere Metabeschreibungen austesten.

Fairerweise muss ich sagen, dass die **Position und die Kombination Inhalt zur Suchintension** eine wichtige Rolle spielen und die Optimierung komplexer machen.

**Merke:** Analysieren Sie Ihre CTR in der Search Console und testen Sie neue Metaangaben.

## SEO Basic Nr. 5: 5x Content erstellen

Das klingt nach Arbeit. Und wieso nicht der berühmte 10xContent? **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

**Als Erstes:** SEO Basics sind nicht gleich Quickwins. Sie erfordern auch Fleiß und kontinuierliche Arbeit.

**Und Zweiten:** Einen 5xContent können Sie selbst schaffen, 10xContent im Gegensatz ist ein enormer Mehraufwand und auch mit Glück verbunden. Ich erkläre Ihnen was ich meine.

### Für was steht das „x“ bei dieser Art Content?

- **1x**Content – ein normaler Erklärungstext
- **3x**Content – ein Text, der ein Thema umfassend erklärt und grafisch aufbereitet
- **5x**Content – ein Fachartikel, der Tiefenwissen vermittelt
- **10x**Content – ein einzigartiger Fachartikel mit etwas *Besonderem*, der nach Außen wahrgenommen wird

Lassen Sie mich anmerken, dass es diese Qualifizierung nicht offiziell gibt. Sie dient lediglich der Erklärung. Suchen Sie nach einer Erklärung für 10xContent, werden Sie unterschiedliche Definitionen finden.

Es gibt die Herangehensweise, dass Sie auf Ihre Wettbewerber schauen und es 10mal besser machen. Oder einen Content kreieren, der 10x so gut performt, wie andere.

Alles etwas schwammig. Was ist, wenn die Konkurrenz insgesamt schlecht ist?

In meiner Definition spielt die Länge der Text keine Rolle. Die nötige Länge ist sehr individuell. Die **Art der Recherche, Aufbereitung und Verarbeitung der Inhalte** ist entscheidend.

Mit 1xContent oder 3xContent können Sie durchaus gute Rankings erzielen, indem Sie gewissenhaft recherchieren und bei der Erstellung des Contents, wie bei einer Facharbeit vorgehen.

Bevor ich Ihnen die realen Beispiele für die Contentarten verlinke, lassen Sie mich den eigentlichen Tipp dieses SEO Basics für Sie zusammenfassen.

**Merke:** Gehen Sie an Ihren Webseiten Content, wie an eine Facharbeit heran und behandeln Sie Themen ausführlich mit Updates.







### Beispiel:

- **1x** <https://www.hammer.de/fitnesswissen/gesundheitsvorsatze-einhalten> (Edit März 2025: URL leider nicht mehr erreichbar)  
7 kurze und simple Tipps, Ausarbeitung mit Stock Bildern
- **3x** <https://www.kaufland.de/c/matratzen/~5491/>  
Text unten den Produkten, Vor- und Nachteiltabellen, spezielle Schaubilder, wichtige interne Links
- **5x**– <https://www.marathonfitness.de/dranbleiben/>  
sehr umfangreich, User haben kommentiert, Aufbereitung mit MEME
- **10x** <https://backlinko.com/seo-tools>  
Das Besondere: Usability mit Filtern innerhalb des Content, Content wurde promoted über die Expertenstellung, regelmäßige Updates, enormer Umfang

**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

Interessante Rankings					
Keyword	Ranking	URL	Suchvolumen	Wettbewerb	T
seo tools	2	 backlinko.com/seo-tools	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	
seo tool	3	 backlinko.com/seo-tools	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	
seo tools online	7	 backlinko.com/seo-tools	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	

## Brian Deans SEO Tools Rankings

Auf dem 10xContent von Brian Dean ranken Keywords mit einem enorm hohen Wettbewerb auf den ersten Plätzen.

## Fazit:

Vielleicht haben Sie in diesem Artikel eine Auflistung von wichtigen Rankingfaktoren erwartet, die als erstes zu optimieren sind?

**Die Wahrheit ist:** Projekte sind sehr individuell. Selten passt die SEO Schablone. Basics bei einem Projekt

In diesem Artikel über Rankingfaktoren haben wir versucht ausführlich zu gliedern, welche es gibt und wie Sie wirken. Doch selbst dieser Artikel ist nur eine grobe Richtlinie.

Bevor Sie einige Dinge überanalysieren oder Ihre Zeit damit vertun fortgeschrittene SEO-Techniken zu verstehen und anzuwenden – bleiben Sie bei den Basics.

Hier gibt es auch oft eine Menge zu tun.

## Das Gute daran:

Die SEO-Basics sind leicht nachvollziehbar und können fast immer in einem CMS / Shopssystem optimiert werden.

Wenn Sie sich regelmäßig fragen: „Hilft das meinen Besuchern?“ und diese Frage mit „Ja, auf jeden Fall.“ beantworten, dann sind Sie definitiv auf dem richtigen Weg.

Als [SEO-Agentur](#) stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!

**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