

Wann bin ich bei Google auf Platz 1?

Stand: 29.11.2022

Der wichtigste Punkt für eine ideale Auffindbarkeit ist ein gutes Ranking in den Suchmaschinen und dabei vor allem bei Google. Zum besseren Verständnis: 2018 gab es pro Tag 3,45 Milliarden Suchanfragen bei Google und 86 % aller Nutzen schauen sich nur die erste Seite der Suchergebnisse an. Daraus wird die Relevanz einer optimalen Platzierung, die durch [Suchmaschinenoptimierung](#) erzeugt wird, deutlich. Wir von der Löwenstark möchten Ihnen im Folgenden erläutern, worauf es ankommt, um bei Google auf Platz 1 zu erscheinen.

Für alle, die sich sicher im Internet bewegen, etwas verkaufen möchten oder eine Dienstleistung anbieten, ist es das wichtigste Kriterium gesehen zu werden. Ein wenig lässt es sich mit dem Sprichwort „Sehen und gesehen werden“ vergleichen. Nur wenn Ihre Zielgruppe auch Kenntnis von Ihrem Angebot erlangt, gewinnen Sie neue Kunden und maximieren damit Ihren Umsatz. Heutzutage können nahezu alle Produkte im Internet angeboten werden – sie müssen nur erfolgreich platziert werden.

Der wichtigste Punkt für eine ideale Auffindbarkeit ist ein gutes Ranking in den Suchmaschinen und dabei vor allem bei Google. Zum besseren Verständnis: 2018 gab es pro Tag 3,45 Milliarden Suchanfragen bei Google und 86 % aller Nutzen schauen sich nur die erste Seite der Suchergebnisse an. Daraus wird die Relevanz einer optimalen Platzierung, die durch [Suchmaschinenoptimierung](#) erzeugt wird, deutlich. Wir von der Löwenstark möchten Ihnen im Folgenden erläutern, worauf es ankommt, um bei Google auf Platz 1 zu erscheinen.

Um auf die Frage zurückzukommen, es gibt keine detaillierte Timeline, wie lange es tatsächlich dauert, um bei Google auf Platz 1 oder in den Top Ten zu landen. Das Ranking wird von Algorithmen und Faktoren beeinflusst, die oftmals nicht genau definiert werden können. **Eine seriöse SEO-Agentur garantiert keine Platzierung**, sondern nur den Fakt, alle Maßnahmen zu ergreifen, um die besten Voraussetzungen für ein erstklassiges Ranking zu schaffen.

Relevante Faktoren, um bei Google auf Platz 1 zu landen?

Wenn wir davon sprechen, wann Sie bei Google auf Platz 1 landen, reden wir immer von der natürlichen und [organischen Suche](#). Der Nutzer gibt seinen Suchbegriff ein und es erscheinen die für Google besten Ergebnisse. Da die Betreiber der Suchmaschine oftmals auch ihre Suche häufig umstellen, sehen Sie in vielen Fällen einen Online-Shop oder eine Webseite, die genau auf den Suchbegriff passt, aber keinesfalls ein organisches Ergebnis ist. An der Top-Position befindet sich eine Werbeanzeige, für deren Platzierung Geld bezahlt wurde.

In diesem Abschnitt geht es allerdings nicht um die Aufgaben einer SEA-Agentur, wie der Kunde bei Google auf Platz 1 landet, sondern vielmehr um das **natürliche Ranking und die Anpassung der Inhalte**. Besonders schaut Google unter anderem auf folgende Kriterien, um die Webseite zu qualifizieren:

- Alter der Domain
- URL
- Relevante [Überschriften](#)
- Content-Länge und Aktualität
- Unique Content

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsleitung: 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

- Keyword-Relevanz zwischen Suchanfrage und Ergebnis
- Verlinkungen intern und extern
- Verwendetes Bildmaterial
- Usability
- Social-Media-Einbettung
- Responsivität
- Verweildauer und Absprungrate der Nutzer

Die soeben genannten Faktoren sind nur ein kleiner Auszug, den Google in seinen Algorithmen nutzt. Falls wir Sie neugierig gemacht haben und Sie mehr über die Rankingfaktoren erfahren müssen, haben wir Ihnen [hier](#) alles ausführlich zusammengefasst.

Die wichtigsten KPIs der SEO – Oder wie sehe ich, dass ich bei Google auf Platz 1 bin?

Eine erfahrene SEO-Agentur wird natürlich nicht ins Blaue hinein Maßnahmen ergreifen, um die Inhalte von Webseiten für Google anzupassen. **Im ersten Schritt wird eine gründliche Analyse des Status Quo erfolgen, daran angelehnt werden Ziele definiert und anschließend Maßnahmen ergründet, die zu einem SEO-Erfolg führen.** Dabei steht allerdings noch immer nicht die Frage im Raum, wann eine Webseite auf Platz 1 bei Google landet. Sondern eher ist es wichtig, **einen qualitativ hochwertigen Internetauftritt** zu schaffen, der die beste Basis für eine Top-Platzierung in den [Suchmaschinen](#) bietet.

In der SEO-Agentur werden dazu KPIs genutzt, die Aufschluss über die Wertigkeit geben:

- **Sichtbarkeitsindex:**

Für viele ist dieser Wert DIE Kennzahl schlechthin. Allerdings ist er Schwankungen in der Keywordrelevanz unterlegen und gibt wenig Auskunft über die tatsächlich wichtigen Inhalte der Webseite. Positiv zu sehen ist, dass der Wert sowohl für Desktop als auch für die mobilen Endgeräte real angezeigt wird. Generell gilt: Der Sichtbarkeitsindex ist wichtig, allerdings sollte er nicht das einzige Argument für die Suchmaschinenoptimierung sein.

- **Ranking der relevanten Keywords:**

Ohne die richtigen und wichtigen Keywords kann eine Contentstrategie nicht überleben. Um wirklich ein gutes Ranking der Webseite zu erzielen, ist es wichtig, die wichtigsten Keywords zu kennen und damit zu arbeiten. Dank spezieller Tools lassen sie sich regelmäßig beobachten, erweitern und anpassen. Dabei gilt: nicht nur die Hauptkeywords müssen im Auge behalten werden auch dazu passende Nebenkeywords können unter Umständen durchschlagenden Erfolg erzielen.

- **Rankende Keywords:**

Nach einer erfolgten Keywordrecherche und der Erstellung von hochwertigem Content müssen natürlich die Inhalte samt der Keywords überwacht werden. Daran erkennen Sie am schnellsten, ob Sie bei Google auf Platz 1 landen oder welche Platzierung Ihre Webseite einnimmt. Anhand eines ersten Überblickes lässt sich die [Strategie](#) mithilfe einer versierten SEO-Agentur hervorragend und erfolgversprechend anpassen.

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

- **Organische und aktive Nutzer:**

Ein Nutzer sucht ein bestimmtes Produkt, gibt seinen Suchbegriff bei Google ein und landet bestenfalls bei Ihnen. Herzlichen Glückwunsch, sie haben einen aktiven und organischen Besucher gewonnen! [Google Analytics](#) bietet für die stetige Beobachtung des Traffics das Rüstzeug. Dabei erfahren Sie nicht nur, wie viele Besucher sie auf Ihre Webseite locken konnten, auch die Anzahl der Sitzungen oder der wiederkehrenden Besucher.

- **Resultierende Leads:**

Sind Sie Betreiber eines Online-Shops und generieren aus Produktverkäufen Ihren Erfolg, sind die Conversions DIE Kennzahl für Sie. Sicherlich hängen Leads und Verkäufe direkt damit zusammen, ob Sie bei Google auf Platz 1 der Suchergebnisse erscheinen – oder zumindest auf der ersten Seite.

- **Klickraten und Impressions:**

Auch hier muss das Zusammenspiel zwischen Keywords, Content und Nutzerinteresse wieder berücksichtigt werden. Impressions zeigen an, wie häufig Ihre Webseite in den Ergebnissen der Suchmaschinen angezeigt werden. Dafür sind passgenaue Schlüsselbegriffe notwendig, die dementsprechend mit informativen Inhalten umrahmt werden. Mit darauf abgestimmten Metas und Descriptions erreichen Sie zusätzlich hohe Klickraten. Stimmen im besten Fall beide Werte, lassen auch die gewünschten Conversions nicht lange auf sich warten.

Neu ist nicht gleich besser: Das Ranking von bestehenden und neuen Domains

Wenn Sie einen Internetauftritt haben oder planen, müssen Sie einige wichtige strategische Punkte beachten, um **mit wertvollen SEO-Maßnahmen bei Google auf Platz 1 zu landen**. Dabei ist zu unterscheiden, ob Sie Ihre Webseite komplett neu erstellen oder bereits über einen längeren Zeitraum eine aktive Internetseite betreuen.

SEO-Strategie für eine neue Domain

- Arbeiten Sie von Beginn an den richtigen Stellschrauben.
- Wählen Sie zu Beginn gleich die richtigen [Zielgruppen](#) (Nutzer, Käufer, Konkurrenten) aus.
- Ermitteln Sie daraus resultierend die maßgeschneiderten Keywords für das Hauptangebot.
- Behalten Sie dabei das Ranking der entsprechenden Keywords im Blick.
- Über welche Kanäle kann weitere [Reichweite](#) erzielt werden?
- Überlegen Sie, inwieweit Social Media Sie in Ihren Zielen und dem Brandbuilding weiterbringt.
- Bauen Sie eine gute Webseite. Um auf Platz 1 bei Google zu landen, sollte sie userfreundlich, schnell und trotzdem stylish ausgestattet sein.
- Erstellen Sie hochwertigen und informativen Content, der alles Wissenswerte über das Produkt oder die Dienstleistung enthält. Legen Sie Ihren Fokus vor allem auf die Startseite.
- Bauen Sie Partnerschaften für das [Linkbuilding](#) aus.
- Nutzen Sie die Möglichkeit einer Kommentarfunktion, um Authentizität herzustellen.

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

SEO-Strategie für eine bestehende Domain

- Die SEO-Strategie ist für Webseiten, die mindestens ein Jahr bestehen und eine gewisse Sichtbarkeit aufweisen.
- Analysieren Sie den Webseiten-Index.
- HTML-Seiten, die nicht mehr existieren oder nicht in den Index gehören, bleiben dabei. Dazu gehören alle Zielseiten, die Besucher generieren. Entfernt werden sollten Seiten, die über keinen Content verfügen.
- Überprüfen Sie alle SEO-Basics: Ist der Title aktuell und passt zum Angebot oder ist die Meta-Description CTR-optimiert?
- Erneute und regelmäßige Keyword-Recherche ist für die Optimierung notwendig.
- Die Webseite muss auf Usability getestet werden.
- Verbessern Sie Ihre Ladegeschwindigkeiten.
- Dünnen Sie das Menü aus und gestalten Sie die Webseite userfreundlich.
- Der neuerliche Contentausbau soll nun in mehreren Keyword-Schichten geschehen. Im Kern steht das wichtigste Keyword mit allen Informationen zum eigentlichen Produkt und die weiteren Schichten bestehen aus naheliegenden Schlüsselbegriffen und weiterführenden und mehrwertigen Informationen.
- Passen Sie Ihr Linkbuilding an. Suchen Sie sich passend zu dem neuen Content geeignete Partnerschaften.

Wie beeinflussen Updates das Ranking der Webseite?

Tatsächlich gibt es zwei unterschiedliche Arten von Updates, die sich auf die Platzierung einer Internetseite auswirken. Ein internes Update kann viele Veränderungen nach sich ziehen. Auch ein Update des Google-Algorithmus wirkt sich unterschiedlich aus.

Die eigene Webseite updaten

Durch die **Maßnahmen in der SEO-Strategie** erhalten sie nicht nur eine aufgeräumte Internetseite, die Schritte können sich durchaus **positiv auf die Platzierung auswirken**. Ob Sie damit allerdings bei Google auf Platz 1 landen, kann nicht pauschalisiert werden und schon gar nicht garantiert. Neuer und frischer Content wird in den Algorithmen aufgrund der Aktualität wohlwollend anerkannt. Auch passende Bilder mit den entsprechenden Keywords versehen oder eine schlanke Seitenstruktur sieht [Google](#) als userfreundlich an. **Für die Suchmaschine ist es von besonderer Bedeutung, dass der Nutzer genau die Informationen findet, die er mit dem Suchbegriff eingegeben hat.** Um es vereinfacht darzustellen, hat Google selbst einen knappen Einblick in die wichtigsten Punkte gegeben:

- Wortanalyse
- Genauer Abgleich des gesuchten Begriffes
- Das Ranking der relevanten Webseiten
- Die treffendsten Ergebnisse
- Der Bezug zum Kontext

Werden bei der Suchmaschinenoptimierung diese Kriterien berücksichtigt, kann dies das Ranking positiv beeinflussen. Damit meinen wir nicht, dass Sie gleich bei Google auf Platz 1 landen, aber sie werden schnell erkennen, dass die Sichtbarkeit steigen wird und somit eine bessere Platzierung in den **Löwenstark Digital Group GmbH Geschäftsführung: Hartmut Delwick • 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

Suchergebnissen folgt.

Umgekehrt kann das Google-Ranking auch negativ beeinflusst werden. Falsche externe Verlinkungen, fehlende Informationen oder Keyword-Stuffing lassen Ihre bisher gute Platzierung abrutschen.

Keine Angst vor Google-Updates

Auch der Suchmaschinenriese **Google sortiert seinen Algorithmus in regelmäßigen Abständen neu**. Im September 2019 wurde das letzte Core Update ausgerollt, bei dem es bisher keine eindeutigen Gewinner und Verlierer gab, lediglich eine Tendenz, dass die Bereiche Finanzen und Gesundheit eine höhere Bewegung hatten. An welchen Stellschrauben genau in dem Update gedreht wurde, wird stärker gehütet als die britischen Kronjuwelen.

Jedoch rät [Google allen Webmastern](#) und SEO-Agenturen, **verstärkt auf hochwertigen und einzigartigen Content zu setzen, der Nutzern einen absoluten Mehrwert bietet**. Gleichzeitig sollte dieser sich nicht mit dem Informationsangebot decken, den die Konkurrenz anbietet. Die Webseite an sich sollte vertrauenserweckend darstellbar sein und auch die Präsentation der Inhalte professionell wirken. Zu viel Werbung oder Fremdquellen wirken unseriös.

Gibt es eine Garantie bei Google auf Platz 1 zu landen?

Diese Top-Platzierung ist eine hohe Erwartung und in der SEO sind diese Ziele eher hemmend. Die Frage, wann die Webseite bei Google auf Platz 1 landen kann, ist eine typische Frage für Einsteiger in dieser Materie. Kein SEO-Profi oder keine SEO-Agentur kann sie allerdings eindeutig beantworten. Schlauer wäre es allerdings, die Erwartungshaltung so weit zurückzuschrauben, dass auch die erste Seite in der Google-Suche ausreicht. Selbst dafür gibt es keinen Zeitplan. Aber einige **Maßnahmen, die Ihnen helfen, strukturiert zu Ihrem Ziel zu kommen**.



Nehmen wir als Beispiel eine bereits bestehende Webseite, die sich kontinuierlich Trust zu einem Thema erarbeiten konnte. Nun entsteht eine hochwertige neue [Landingpage](#) mit einem inhaltlich außerordentlich recherchierten Ratgeber und zusätzlichen Inhalten zum Hauptkeyword. Nach einigen Tagen steigt nun das Ranking an und erzeugt minimales, aber stetiges Wachstum. Die Seite wurde allerdings nach einiger Zeit, in der sie immer noch Besucher bekam, neu eingestuft und landete nur ganz weit oben. Einige minimale, **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

aber für den Nutzer unmerkliche, Änderungen wurde vorgenommen. Weitere Texte der gleichen Art wurden im Nachgang erstellt, CTA-Objekte eingefügt und die [interne Verlinkung](#) angepasst. Trotzdem hat es die Seite nicht auf Platz 1 bei Google geschafft, hält sich aber seit langer Zeit auf der ersten Seite.

