

SEO-Guide für Anfänger

Die wichtigsten Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Was ist SEO? SEO (Search Engine Optimization) umfasst alle Maßnahmen, die dazu beitragen, dass Ihre Website in den Suchergebnissen von Google und Co. weiter oben erscheint. Mehr Sichtbarkeit = mehr Besucher = mehr potenzielle Kunden.

Inhalt dieses Guides

- 1. Wie Suchmaschinen funktionieren
- 2. On-Page SEO: Ihre Website optimieren
- 3. Technisches SEO: Die Grundlagen
- 4. Content: Das Herzstück von SEO
- 5. Lokales SEO für regionale Unternehmen
- 6. SEO-Checkliste zum Abhaken
- 7. Nützliche Tools

1 Wie Suchmaschinen funktionieren

Google und andere Suchmaschinen durchsuchen das Internet mit sogenannten "Crawlern" - kleinen Programmen, die von Link zu Link springen und Inhalte analysieren.

Der Prozess in 3 Schritten:

- 1. **Crawling:** Google entdeckt Ihre Seite und liest den Inhalt
- 2. **Indexierung:** Die Seite wird in Googles Datenbank aufgenommen
- 3. **Ranking:** Bei einer Suchanfrage entscheidet Google, wie relevant Ihre Seite ist

1 Wichtig zu verstehen

Google bewertet über 200 Faktoren für das Ranking. Die wichtigsten sind: Relevanz des Inhalts, Nutzererfahrung, Ladegeschwindigkeit und Vertrauenswürdigkeit.

2 On-Page SEO: Ihre Website optimieren

On-Page SEO bezieht sich auf alles, was Sie direkt auf Ihrer Website beeinflussen können.

Title-Tag (Seitentitel)

Der Title-Tag ist das Wichtigste für SEO. Er erscheint in den Suchergebnissen als anklickbare Überschrift.

Beispiel: Friseur in München

Schlecht: "Willkommen | Salon Maria"

Gut: "Friseur München Schwabing | Haarschnitt & Färben | Salon Maria"

Meta-Description

Die Beschreibung unter dem Titel in den Suchergebnissen. Sie beeinflusst nicht direkt das Ranking, aber die Klickrate.

- Länge: 150-160 Zeichen
- Enthält das Haupt-Keyword
- Motiviert zum Klicken (Call-to-Action)

Überschriften-Struktur (H1, H2, H3)

Jede Seite braucht genau eine H1-Überschrift - das ist der Haupttitel der Seite. H2 und H3 strukturieren den Inhalt darunter.

Richtige Struktur

H1: Friseur in München Schwabing

H2: Unsere Leistungen

H3: Haarschnitt

H3: Coloration

H2: Preise

Alt-Texte für Bilder

Google kann Bilder nicht "sehen". Der Alt-Text beschreibt, was auf dem Bild zu sehen ist.

Alt-Text Beispiele

Schlecht: "IMG_2847.jpg" oder "Bild"

Gut: "Friseurin färbt Kundin die Haare im Salon Maria München"

3 Technisches SEO

Ladegeschwindigkeit

Google bevorzugt schnelle Websites. Langsame Seiten werden schlechter gerankt UND Besucher springen ab.

- Bilder komprimieren (WebP-Format)
- Unnötige Plugins/Scripts entfernen
- Guten Hosting-Anbieter wählen
- Ziel: Ladezeit unter 3 Sekunden

Mobile-Freundlichkeit

Google bewertet primär die mobile Version Ihrer Website ("Mobile-First-Index"). Wenn Ihre Seite auf dem Smartphone schlecht funktioniert, schadet das dem Ranking.

SSL-Verschlüsselung

HTTPS ist seit 2014 ein Ranking-Faktor. Ohne SSL wird Ihre Seite als "nicht sicher" markiert.

Häufiger Fehler

Viele nutzen noch Google Fonts von Google-Servern. Das ist nicht nur langsamer, sondern auch ein DSGVO-Problem. Fonts immer lokal einbinden!

4 Content: Das Herzstück von SEO

Google will seinen Nutzern die besten Antworten liefern. Deshalb ist hochwertiger Inhalt der wichtigste Ranking-Faktor.

Was guten Content ausmacht:

- **Relevant:** Beantwortet die Fragen Ihrer Zielgruppe
- **Umfassend:** Behandelt das Thema vollständig
- **Einzigartig:** Kein kopierter Inhalt von anderen Seiten
- **Aktuell:** Regelmäßig gepflegt und aktualisiert
- **Lesbar:** Verständlich geschrieben, gut strukturiert

1 E-E-A-T Prinzip von Google

Experience (Erfahrung) - Expertise (Fachwissen) - Authoritativeness (Autorität) - Trustworthiness (Vertrauenswürdigkeit)

5 Lokales SEO

Für lokale Unternehmen (Ärzte, Handwerker, Restaurants, etc.) ist lokales SEO entscheidend.

Die wichtigsten Maßnahmen:

- 1. **Google Business Profile:** Kostenloses Firmenprofil bei Google anlegen und pflegen
- 2. **NAP-Konsistenz:** Name, Adresse, Telefonnummer überall identisch
- 3. **Lokale Keywords:** "Zahnarzt München Schwabing" statt nur "Zahnarzt"
- 4. **Bewertungen:** Aktiv um Google-Bewertungen bitten
- 5. **Lokale Verzeichnisse:** In Branchenverzeichnissen eintragen

Lokale Keywords einbauen

Title: Zahnarzt München Schwabing | Praxis Dr. Müller

H1: Ihr Zahnarzt in München Schwabing

Text: "Als Zahnarztpraxis in München Schwabing betreuen wir seit 15 Jahren..."

6 SEO-Checkliste

- ☐ Jede Seite hat einen einzigartigen, aussagekräftigen Title-Tag
- ☐ Meta-Descriptions für alle wichtigen Seiten geschrieben
- ☐ Genau eine H1-Überschrift pro Seite
- ☐ Logische Überschriften-Hierarchie (H1 > H2 > H3)
- ☐ Alle Bilder haben beschreibende Alt-Texte
- ☐ Website lädt in unter 3 Sekunden
- ☐ Website ist mobilfreundlich
- ☐ SSL-Zertifikat aktiv (HTTPS)
- ☐ Google Business Profile eingerichtet (für lokale Unternehmen)
- ☐ XML-Sitemap erstellt und bei Google eingereicht
- ☐ robots.txt vorhanden und korrekt
- ☐ Google Search Console eingerichtet

7 Nützliche Tools

Google Search Console

search.google.com/search-console

Kostenlos. Zeigt, für welche Suchbegriffe Ihre Seite gefunden wird und technische Probleme.

Google PageSpeed Insights

pagespeed.web.dev

Kostenlos. Analysiert die Ladegeschwindigkeit und gibt konkrete Verbesserungsvorschläge.

Ubersuggest

neilpatel.com/ubersuggest

Teilweise kostenlos. Keyword-Recherche und Wettbewerbsanalyse.

Screaming Frog

screamingfrog.co.uk

Kostenlos bis 500 URLs. Findet technische SEO-Probleme auf Ihrer Website.

Sie möchten Ihre SEO-Strategie professionell angehen?

Kostenlose SEO-Analyse

Wir prüfen Ihre Website und zeigen Ihnen, wo das größte Optimierungspotenzial liegt.

[Jetzt Erstgespräch vereinbaren](#)