

Merkblatt Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Unter SEO-Massnahmen versteht man Websiteoptimierungen, welche die Auffindbarkeit der Inhalte bei externen Suchmaschinen, z.B. Google, verbessert. Das Ziel ist es, die Suchabsicht auf der Seite möglichst umfassend und verlässlich zu befriedigen. Wenn eine Seite dies tut und so einen Mehrwert bietet, wird sie als relevant bewertet und höher gerankt. Dabei gilt grundsätzlich:

- Im Zentrum der Massnahmen stehen immer die Nutzerinnen und Nutzer, nicht die Suchmaschinen. Ein gutes Nutzungserlebnis und die Beantwortung der Suchintention ist das Ziel, dann bewerten das auch die Suchmaschinen entsprechend.
- Die Prozesse treten bei Suchmaschinen wie Google nicht sofort in Kraft und es kann somit eine Weile dauern, bis eine Veränderung bemerkbar wird.
- Suchmaschinen wie Google sind stets im Wandel und funktionieren als selbstständige Einheit, daher ist diese Checkliste keine Garantie für Resultate.
- Bei Fragen oder Unklarheiten unterstützen wir Sie gerne via webmaster@unibe.ch.

Ermittlung der Zielgruppen

SEO-Massnahmen sind immer spezifisch auf die gewünschten Zielgruppen und die Inhalte vorzusehen, damit die Seite von Suchmaschinen als relevant bewertet und somit höher gerankt wird. Dafür sollten Sie sich bewusst sein, wer an Ihrer Seite interessiert sein könnte. Wenn Sie diese Zielgruppe gut kennen und wissen, was von ihrer Seite erwartet wird und welche Ziele erreicht werden sollen, können Sie Ihre Inhalte dafür optimieren und bessere Rankings erzielen.

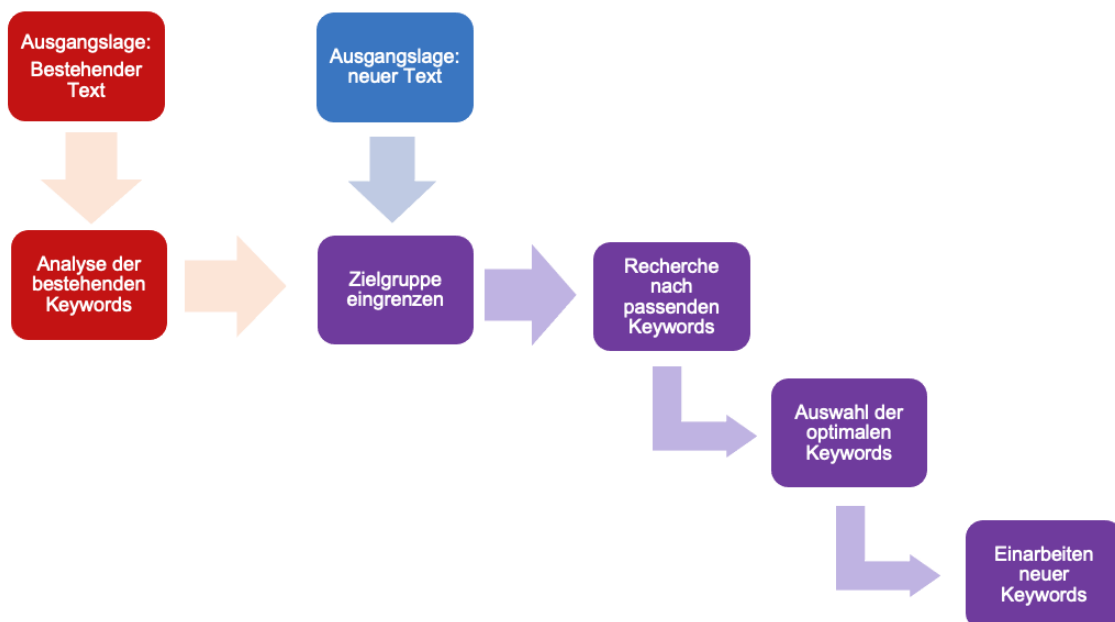
Als grundlegende Massnahme sind daher folgende Fragen zu klären:

- Welche Inhalte sollten besser auffindbar sein?
- Wo sind diese Inhalte auf der Website zurzeit platziert?
- Für welche Zielgruppe sollen die Inhalte besser auffindbar sein?

Wenn diese Fragen geklärt sind, können Sie mit dem Einsatz gezielter Keywords (siehe nächste Seite), zugeschnittenen Inhalten und generellen Optimierungen (siehe [SEO Checkliste Uni Intern](#)) auch genau die richtigen Personen erreichen und bessere Resultate in Rankings erzielen. Ausführlichere Informationen zu Zielgruppen finden Sie auch im Web (z.B. [Semrush Blog](#)).

Keyword-Analyse und Keyword-Recherche

Wenn Sie Ihre Zielgruppe und damit auch deren aktiven Wortschatz, Fachwissen etc. kennen, können Sie sich mit Keywords befassen. Keywords sind Begriffe, die aufgrund einer bestimmten Absicht (Searcher Intent) von Usern in die Suchmaschinen eingegeben werden. Damit Suchmaschinen die Suchbegriffe mit den richtigen Inhalten zusammenbringen können, sollten diese Keywords auch auf der eigenen Seite in sinnvoller Masse erscheinen. Genauere Anleitungen zu Keywords finden Sie auch im Web (z.B. auf [Trafficdesign](#) oder [Semrush](#)) oder wie folgt:



Analyse der bestehenden Inhalte und Keywords (nur für bestehende Seiten)

Mit welchen Keywords gelangen Leute derzeit am meisten auf die gewünschte Seite? Entsprechen die Keywords den Inhalten?

- [Google Search Console](#): analysiert Suchanfragen, mit denen Personen auf die Seite gelangen
- [etracker](#): analysiert Zugriffe via Suchmaschinen (Ziel: hohe Aufenthaltszeit, tiefe Abbruchrate)

Keywords nach Zielgruppe eingrenzen

Welche Keywords sind wo, wann und bei wem im Umlauf? Passen meine Keywords zur Zielgruppe?

- [Google Trends](#): Vergleiche und Zahlen zu Suchbegriffen
- Synonyme, Schreibweisen, Sprache etc. beachten (Z.B. "Matura" (CH) vs. "Abitur" (DE), "Corona" vs. "SARS-CoV-2")

Recherche nach passenden Keywords für die eigene Seite

Welche Keywords passen zur Zielseite und zur Zielgruppe? Wonach sucht die Zielgruppe?

- Google Autosuggest: mögliche Keywords in die Google-Suchleiste schreiben und ähnliche Keywords notieren, die von der Textvervollständigung angezeigt werden
- Keyword Tool oder Ubersuggest: Vorschläge für Keywords oder und Vergleich von Keywords mit/bei Konkurrenzseiten
- Google Ads Keyword Planner: Vorschläge für relevante Keywords bei Kampagnen (mit Login)

Bewertung und Auswahl der optimalen Keywords

Bei welchen Keywords ist das Suchvolumen hoch genug, während ich auch die Chance habe, als relevanter Inhalt hoch gerankt zu werden?

- Google Trends: Wie oft wird nach einem Keyword gesucht?
- Wie relevant ist das Keyword für meine Seite? Passt meine Seite in die Suchergebnisse oder erscheint völlig anderer Inhalt?
- Wie realistisch ist es, mit meiner Seite auf der ersten Suchergebnisseite aufzutauchen?
- Gibt es auf Google evtl. Snippets oder Anzeigen, die Suchresultate bereits verdrängen? Dann lohnt sich das Keyword möglicherweise weniger.

Einarbeiten der neuen Keywords

Wo werden die Keywords positioniert und in welchem Ausmass, ohne dass sie den Lesefluss stören?

- Keywords z.B. im Titel & Lead einsetzen, wird dort als relevanter angesehen
- WICHTIG: Seite nicht überladen, die Textqualität bleibt zentral

Bei all diesen Massnahmen gilt es, die Nutzerinnen und Nutzer nicht aus den Augen zu verlieren. Wenn die Suchabsicht nicht umfassend und kompetent beantwortet wird, bemerken Suchmaschinen anhand von Faktoren wie der Besuchsdauer, dass die Website die Nutzerinnen und Nutzer offenbar bei ihrer Suchanfrage nicht zufriedenstellt. Somit wird die Attraktivität abgestuft und die Seite weiter hinten in den Suchresultaten abgestellt, was zu vermeiden ist. Die richtigen Keywords sind also ein zentraler Faktor. Wenn die Suchabsicht befriedigt wird und dazu noch ein gutes Nutzungserlebnis und ein Mehrwert gegeben sind, sollte die Seite auch gute Resultate bei der Suchabfrage zeigen.

Weitere Quellen

- Google's [SEO-Startleitfaden](#): Abschnitt zur [Inhaltsoptimierung](#)
- Moz.com: [Beginner's Guide to SEO](#) (Englisch)
- [Keyword-Guide](#) (Semrush), [Richtige Keywords](#) finden (Trafficdesign)
- [E-A-T-Prinzipien](#) (Blogbeitrag)

Checkliste Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Weitere Blogs: [Sistrix](#), [Seokratie](#), [Semrush](#), [Ryte](#)