

UNTERLAGEN ZUM EVENT

# SEO-SCHULUNG

Durch Suchmaschinenoptimierung  
Websites im Google-Ranking verbessern

## Was ist SEO?

**S**earch **E**ngine **O**ptimization: Dazu zählen alle Maßnahmen, die darauf abzielen, dass eine Webseite zu relevanten Begriffen möglichst weit oben in den organischen, also nicht käuflichen, Ergebnissen von Suchmaschinen erscheint.

## Nach welchen Kriterien rankt Google eine Website?

Google zieht über 200 Faktoren fürs Ranking heran und arbeitet mit künstlicher Intelligenz (KI) – der Algorithmus entwickelt sich also stets weiter. Die wichtigsten Stellschrauben, um eine Website im Google-Ranking zu verbessern, sind die Optimierung der Nutzererfahrung, der technischen Struktur und des Contents (siehe Checklisten unten).



# Checklist

## “Technisches SEO & Nutzererfahrung”

Die Website sollte für Nutzer UND Suchmaschinen nutzerfreundlich sein.  
Der Crawler/Bot/Spider einer Suchmaschine sollte die Seiteninhalte möglichst leicht erfassen können. So verbessern Makler die Crawlability ihrer Website:

- Navigation:**  
Die Website-Navigationsleiste sollte jede Seite beinhalten, die die Suchmaschine indizieren soll.
  
- URL-Struktur:**  
Keine kryptischen URLs wie [www.schlechtes-beispiel.de/fdj37d](http://www.schlechtes-beispiel.de/fdj37d),  
sondern sprechende URLs wie [www.gutes-beispiel.de/  
mietimmobilien/wohnungen](http://www.gutes-beispiel.de/mietimmobilien/wohnungen)
  
- Interne Verlinkung:**  
Nutzer und Suchmaschinen-Crawler sollten immer zu den relevanten Seiten innerhalb des Webauftritts gelangen können.
  
- Ladezeiten:**  
Website sollte schnell angezeigt werden.  
Prüfen: → [Page Speed Insights](#).  
Häufige Ursache für lange Ladezeiten sind zu große Bilder:  
→ [Bilddaten verringern](#).
  
- Responsives Design:**  
Die Seite sollte mit mobilen Endgeräten bedienbar sein.  
Prüfen: → [Mobile Friendly Test](#)





# Checklist

## “Content-Optimierung”

- Ausführlichkeit:**  
Mit ausführlichen Texten auf den wichtigsten Seiten des Webauftritts können sich Makler von ihrer Konkurrenz positiv abgrenzen.
- Einzigartigkeit:**  
Eigene Inhalte erschaffen. Content-Diebstahl bei anderen Webseiten rankt meist nicht gut und kann abgestraft werden.
- Aktualität:**  
Inhalte aktuell halten, keine Informationen veralten lassen.
- Formatierung:**  
Überschriften, Zwischenüberschriften, Absätze, Fettungen und Listenpunkte verwenden.  
→ Das zeigt der Suchmaschine und den Nutzern, was besonders relevant ist.
- Links:**  
Auf der eigenen Website zu anderen Inhalten verlinken oder, wenn sinnvoll, zu externen, hochwertigen Seiten wie immowelt.de.
- Keywords:**  
Auf der eigenen Seite Schlüsselbegriffe verwenden, die Menschen in Google bei der Suche nach Ihrer Dienstleistung eingeben.  
(→ [keyword-tools.org](https://keyword-tools.org), → [Answerthepublic](https://www.answerthepublic.com))
- Meta-Angaben & technische Formatierung:**  
Inhalt so strukturieren, dass ihn Besucher und Suchmaschinen leichter erfassen können.





# SEO-Tools – gratis und effizient

## 1. SEO-Inspector: Prüft einzelne URLs

- 🔗 Chrome-Plug-in herunterladen:  
→ <https://chrome.google.com/webstore/detail/seo-inspector/iejckekdjogeeilmllnabmgkbbmedeal?hl=de>
- 🔗 Ideal für das Prüfen der Meta-Angaben und technischen Formatierungen einzelner Seiten
- 🔗 Aktivieren mit **[Strg]+[Shift]+[i]** für Windows oder **[alt]+[cmd]+[i]** für Mac, dann Seite neu laden

## 2. Meta-Angaben prüfen: Page Title und Description

- 🔗 Die Meta-Angaben kommen in den **Header** des HTML-Codes der jeweiligen URL
- 🔗 Ihr Hauptjob ist es, Besuchern und Suchmaschinen mitzuteilen, was sie auf der URL erwartet
- 🔗 Idealerweise pro URL je einen Title und je eine Description. Das Haupt-Keyword der URL sollte in beiden vorkommen
- 🔗 **Page Title:** Seitentitel, sichtbar als Überschriftzeile im Google-Suchergebnis, max. 60 Zeichen inkl. Leerzeichen  
<title>Das ist der Seitentitel der URL</title>
- 🔗 **Page Description:** Sichtbar als Inhaltsbeschreibung im Google-Suchergebnis, max. 150 Zeichen inkl. Leerzeichen  
<meta name = "description" content = "Das ist die Inhaltsbeschreibung der URL.">





### 3. Technische Formatierung prüfen

- ↗ Wurden auf der Seite **relevante Überschriften** als H1/H2/H3 ausgezeichnet?  
Bsp.: Das Wort „Startseite“ ist keine aussagekräftige H1, denn es beantwortet nicht die Frage, um was es auf der (Unter-)Seite geht.
- ↗ H1-Hauptüberschrift:  
Sollte **pro URL nur einmal** vorkommen
- ↗ H2-Überschrift:  
Zwischenüberschriften der 2. Hierarchie-Ebene darf es **mehrere** geben
- ↗ H3-Überschrift:  
Zwischenüberschriften der 3. Hierarchie-Ebene darf es **mehrere** geben
- ↗ HTML-Codes:

**H1-Überschrift:** <h1>HIER STEHT DIE H1</h1>  
**H2-Überschrift:** <h2>HIER STEHT DIE H2</h2>  
**H3-Überschrift:** <h3>HIER STEHT DIE H3</h3>





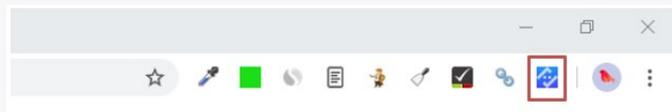
## 4. Checkbot: Prüft SEO-Kriterien kompletter Domains ab

- 📌 Chrome-Plug-in herunterladen:  
→ <https://chrome.google.com/webstore/detail/checkbot-seo-web-speed-se/dagohlhagincbfilmkadjgmdnkjinl?hl=de>
- 📌 Tool checkt mit EINEM Klick bis zu 100 URLs:
  - o Meta-Angaben wie Page Title & Description (vorhanden? / doppelt? / zu lang?)
  - o Technische Formatierung der Überschriften
  - o Entdeckt u.a. kaputte Verlinkungen
  - o Page Speed: Tipps, um die Website schneller zu machen
  - o u.v.m.

### Wie nutze ich das Tool?

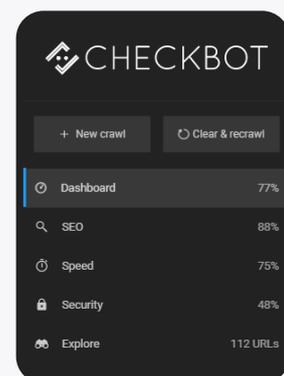


**Schritt 1:** Webadresse im Browser eingeben und auf das Tool-Icon klicken (rot umrandet)



**Schritt 2:** Checkbot starten

**Schritt 3:** In der linken Seitenleiste finden Sie alle Untersuchungsergebnisse zu folgenden Themen:  
Dashboard, SEO, Speed, Security, Explore



**Schritt 4:** Jedes Thema anklicken: Wenn rot markiert, dann gibt es Verbesserungspotenzial.

**Schritt 5:** Wenn Sie einen rot markierten Hinweis anklicken, sehen Sie, welche URL betroffen ist.





## 5. AnswerThePublic: Content-Ideen finden

- ↗ Zum Tool: → <https://answerthepublic.com/>
- ↗ Aggregiert Nutzerfragen aus dem Internet zu verschiedenen Themen
- ↗ Keyword-Ideen finden
- ↗ Themen finden, die User im Internet suchen
- ↗ Ideen für Blogbeiträge in der eigenen Nische
- Land und Sprache einstellen!

## 6. Seobility Free Tools: Suchvolumina abfragen & Keyword-Optimierung

- ↗ Keyword-Recherche: → <https://www.keyword-tools.org/>
  - o Keyword-Ideen finden und Suchvolumina abfragen
- ↗ Spezial-Suchanfragen:
  - <https://freetools.seobility.net/de/keyword-recherche-tool/>
  - o Wettbewerbsanalyse: Content-Lücke im Vergleich zur Konkurrenz
  - o Ähnliche Suchbegriffe/-anfragen, Fragen zum Thema, verwandte Begriffe, Auto complete
  - o **Tipp:** Für Makler ist oft Ortsbezug wichtig. Also besser „Immobilienmakler Nürnberg“ wählen (weniger Konkurrenz) als nur „Immobilienmakler“.





# Besucherzahlen steigern durch Brancheneinträge

- Mit der Eintragung in seriösen Branchenverzeichnissen steigern Makler ihre lokale Auffindbarkeit im Netz
- **Achtung:**  
Nicht jedes Verzeichnis ist seriös. Die Eintragung in unseriöse Branchenbücher und Webverzeichnisse können die Maklerseite **im Google-Ranking abwerten!**

## 1. Seriöse Branchenverzeichnisse im Web

- [https://www.google.com/intl/de\\_de/business/](https://www.google.com/intl/de_de/business/)
- <https://www.dasoertliche.de/>
- <https://www.11880.com/>
- <https://www.gelbeseiten.de/>
- <https://www.kennstduenein.de/>

## 2. Google My Business: Kunden gewinnen und binden

- Basis-Informationen zum Unternehmen und Website-URL angeben.
- Unternehmen auf Google Maps anzeigen lassen.
- Fotos und Videos des Unternehmens → Möglichkeit, sich abzuheben.
- Rezensionen: Kundenkontakt, auf positive und negative Rezensionen freundlich reagieren.
- Beiträge:
  - **Produkt hinzufügen:** evtl. Top-Immobilien einstellen.
  - **Angebot hinzufügen:** evtl. Rabatt-Aktionen einstellen.
  - **Events hinzufügen:** evtl. Sammel-Besichtigungen einstellen o.ä.
  - **Neuigkeiten:** Firmen-News hinzufügen, z. B. neuer Kollege an Bord o.ä.





## Anleitung zum Brancheneintrag bei Google My Business



→ <https://www.eology.de/magazine/search-engine-optimization-magazine/google-my-business>

## Sterne-Bewertung von Google My Business auf der eigenen Website anzeigen lassen

1. Mit technischem Verständnis:

→ <https://www.revilodesign.de/blog/google-maps-api/google-my-business-bewertung-auf-webseite-anzeigen/>

2. Für Wordpress-Nutzer gibt es Plug-ins, die die Einbindung der  
Google-Sterne erleichtern:

Mit Demo-Video

→ <https://wordpress.org/plugins/widget-google-reviews/>

Oder

→ <https://wordpress.org/plugins/g-business-reviews-rating/>



