

Suchmaschinenoptimierung (SEO) für KMU

Digital Marketing 12 min Lesezeit 12. Oktober 2020 Simon Flück



Die Suchmaschinenoptimierung für KMU hilft kleinen und mittleren Unternehmen sichtbarer im Internet zu werden. Das gelingt, indem die Website für Suchmaschinen optimiert wird. Dadurch wird die Website mittels Suchmaschinen eher gefunden und führt zu mehr Websitebesuchern.

Das Potenzial ist bei Webseiten von KMU gross. Bereits mit wenig Aufwand können wirkungsvolle SEO Massnahmen umgesetzt werden, sodass die Website ein höheres Ranking bei Suchmaschinen erhält.

Das Potenzial der Suchmaschinenoptimierung für KMU

Gerade kleinere und mittlere Unternehmen sowie Startups sind wenig bekannt und auch kaum auffindbar im Internet. Um online sichtbar zu werden, ist die Auffindbarkeit über Suchmaschinen sehr wichtig. So kann bei einer nutzerfreundlichen und suchmaschinenoptimierten Website über 50 % der Websitebesucher mittels Suchmaschinen kommen.

Trotz dieser Wichtigkeit haben viele Websites grosses Verbesserungspotenzial. Vielfach fehlt die Zeit und das Know-how bei KMU für die Suchmaschinenoptimierung. Auch gibt es immer noch Websiteagenturen, welche Webseiten den Kunden übergeben, die nicht SEO optimiert sind, da dies nicht explizit gewünscht wurde. Auch werden Marketinggelder für Werbemassnahmen gesprochen, anstatt dass diese zuerst für die Websiteoptimierung genutzt wird, sodass die Website gefunden wird.

Google hat einen Marktanteil von 95 %

Laut **Statista** wird die Suchmaschine Google in der Schweiz am häufigsten genutzt. Der Marktanteil von Google beträgt in der Schweiz 95 %. Auf Platz 2 folgt Bing mit 2 % und DuckDuckGo mit rund 1 % besetzt den dritten Platz.

90 % der Websites erhalten keinen Traffic von Google

Ahrefs hat in einer Studie herausgefunden, dass 90 % der über 1 Milliarde analysierten Websites keinen Traffic von Google erhalten. Unter anderem weil diese Websites von Google nicht indiziert wurden oder nicht Suchmaschinenoptimiert sind.

Inhaltsübersicht

Das Potenzial der Suchmaschinenoptimierung für KMU

Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung?

Wie funktioniert die Suchmaschine Google?

SEO Vorgehen für KMU

SEO Anleitung für KMU

Zu vermeidende Fehler bei der Suchmaschinenoptimierung

5 weitere Arten der Internetsuche

Fazit

Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung?

Mit Suchmaschinenoptimierung (SEO = Search Engine Optimization) werden alle Massnahmen bezeichnet, die die Sichtbarkeit einer Website auf Suchmaschinen wie Google erhöht.

Durch die Optimierungen der eigenen Website wird das Suchmaschinenranking verbessert. Zudem hilft es, passende Inhalte für die Zielgruppen zu erstellen. Dadurch wird die Website von Kunden eher gefunden. Das Ziel dabei ist, bei den passenden Suchanfragen zuoberst bei den Suchresultaten zu erscheinen.

Was ist SEO?



Was ist SEO und warum ist es wichtig?

Warum ist SEO wichtig?

Da es im Internet Milliarden von Webseiten gibt, ist es wichtig, dass die eigene Website sichtbar bleibt und gefunden wird. Dabei hilft Suchmaschinenoptimierung, um von der gewünschten Zielgruppe gefunden zu werden.

Weitere Gründe für SEO:

- Ein Grossteil der Besucher gelangen über Suchmaschinen auf die Website
- 9 von 10 Nutzer suchen mit Google
- Hilft von den richtigen Zielgruppen gefunden zu werden
- Erhöht die Bekanntheit und Reichweite im Internet
- Verbessert das Benutzererlebnis für die Besucher
- Kann zu mehr Conversions führen (Online-Verkäufe, Registrierungen, Job-Bewerbungen, ...)
- Ist im Verhältnis zu anderen Marketingmassnahmen günstig

Wie funktioniert die Suchmaschine Google?

Die Suchanfrage

Anfangs wird eine Suchanfrage mittels Text oder über Spracheingabe auf der Website von Google eingegeben. Die Suchanfrage besteht aus einem oder mehreren Keywords (Schlüsselbegriffe), welche wichtig für die Suche sind. Die Suchanfrage wird danach von der Google Infrastruktur und Algorithmen verarbeitet.

Google RankBrain

Der Google Algorithmus **RankBrain** versucht die Suchanfrage zu verstehen. Dazu werden zusätzlich Daten des Users wie vergangene Suchanfragen, Standort, Gerät und weitere Ereignisse verwendet. Zudem hat es Einfluss, was andere auf Google zurzeit suchen und gesucht haben.

Index-Server von Google

Anschliessend durchsucht Google seine Index-Server nach passenden Ergebnissen. In diesen Indexen sind die meisten Webseiten katalogisiert und bewertet. Das bedeutet, Google durchsucht bei jeder Suchanfrage nur seine Indexe - nicht das gesamte Internet.

Spiders

Um die Indexe zu erstellen, durchsucht Google das ganze Internet nach Webseiten ab mit den sogenannten Spiders (Spinnen) - auch Crawler genannt. Diese versuchen neue Seiten und Informationen zu sammeln. Dabei gehen sie von Link zu Link, um auch die Zusammenhänge der verschiedenen Webseiten zu verstehen sowie die Beliebtheit einer Seite zu erfassen.

Indexierung

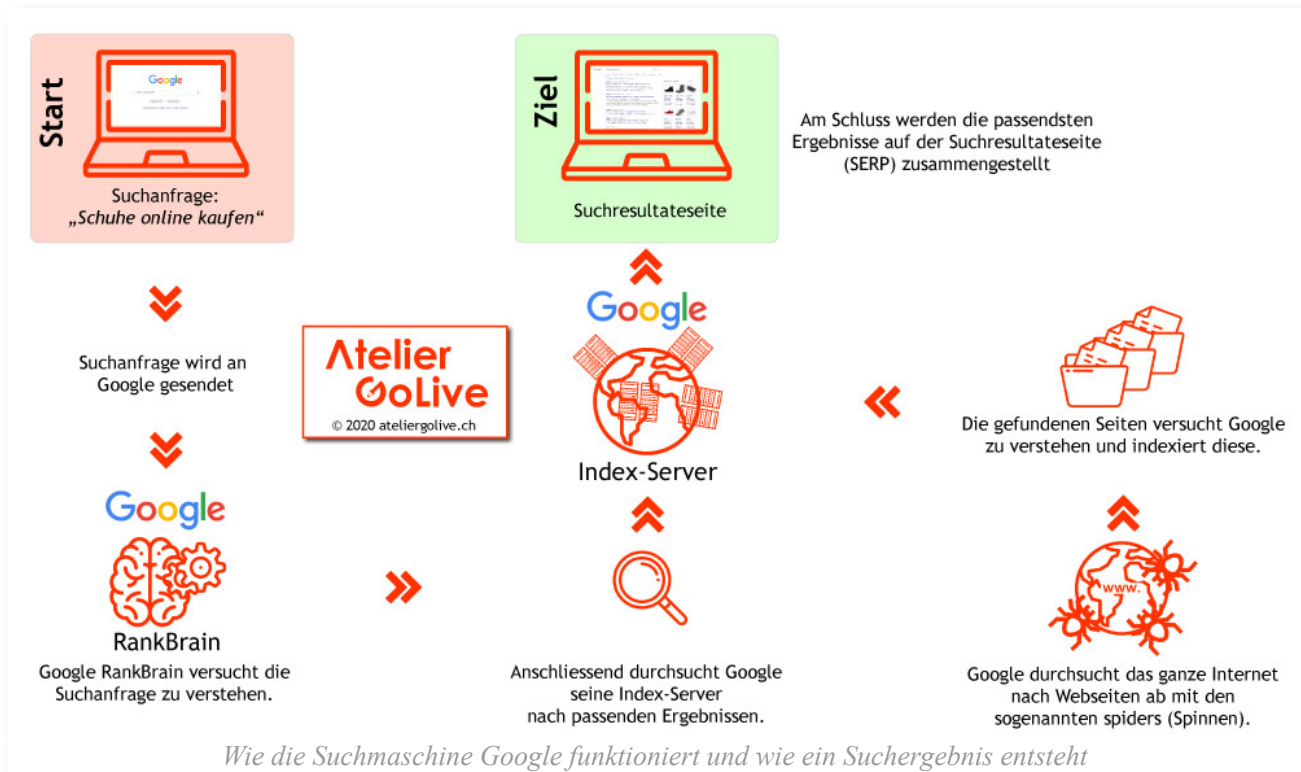
Die gefundenen Seiten versucht Google zu interpretieren und zu verstehen. Diese werden indexiert und nach Inhalt, Qualität und Beliebtheit (**PageRank**) bewertet.

Suchresultateseite (SERP)

Am Schluss werden die passendsten Ergebnisse als Snippets (Text-Schnipsel) auf der Suchresultateseite (SERP = Search Engine Result Page) aufgelistet. Die Rangreihenfolge der Ergebnisse entsteht aufgrund von hunderten von Faktoren. Zusätzlich können auf den ersten Positionen bezahlte Suchergebnisse (SEA = Search Engine Advertising) erscheinen, welche zu der Suchanfrage passen.

Weitere Informationen wie die Google-Suche funktioniert, finden Sie direkt bei Google „**So funktioniert die Google-Suche**“ oder unter „**howsearchworks**“.

Prozess wie die Suchmaschine Google funktioniert



SEO Vorgehen für KMU

Mit dem nachfolgenden SEO Vorgehen für KMU wird ein ganzheitlicher Prozess für die Suchmaschinenoptimierung beschrieben. Dieser ist in verschiedene Phasen unterteilt, welche für ein nachhaltiges SEO und die Verbesserung des Suchmaschinen-Rankings benötigt werden.



Die Grundlage für die Suchmaschinenoptimierung bildet die Situationsanalyse, die Definierung der Ziele und der Strategie sowie das Erarbeiten der Personas. Mithilfe dieses Vorgehen können daraufhin Keywords recherchiert werden, welche die gewünschten Zielgruppen für die Suche nutzen. Diese Keywords werden dazu verwendet, passende Inhalte für die Personas zu erstellen und in diese zu integrieren.

Bei einer bestehenden Website kann das Potenzial zur Suchmaschinenoptimierung mit einer **SEO Website Analyse** analysiert werden. Basierend auf der SEO Analyse wird ein Konzept und Massnahmen zur Optimierung der Website erarbeitet.

Anschliessend erfolgt die Umsetzung der SEO Massnahmen sowie die laufende Überprüfung mittels Analyse-Software.

1. Situationsanalyse

Mit der Situationsanalyse soll die Ist-Situation, die derzeitigen Herausforderungen und die gewünschte Soll-Situation erfasst werden. Zusätzlich können das Geschäftsmodell, die Unternehmensziele und -strategie, die Organisation, Marketingthemen und -bereiche überprüft werden. Des Weiteren soll die Digital Marketing Infrastruktur erfasst und analysiert werden.

2. Ziele, Strategie und Rolle der Website

Nach der Situationsanalyse werden die Marketingziele und die **Digital Marketing Strategie** überprüft und überarbeitet oder erstmalig definiert. In der Marketingstrategie wird festgelegt, welche Rolle die Website haben wird und welche Aufgaben sie erfüllen soll. Dabei geht es immer um den Kundennutzen und welchen Mehrwert sie für die angesprochenen Zielgruppen bieten soll.

3. Personas und deren Customer Journey

Mithilfe der Zielgruppenanalyse werden **Personas** erstellt, welche ein Interesse am Unternehmen haben und angesprochen werden sollen. Dazu gehören auch Beeinflusser. Darauf basierend werden Personas erstellt.

Die Personas werden verwendet, um die Website für diese zu optimieren sowie für die Entwicklung eines **Digital Marketing Konzepts** bei Bedarf. Die Personas werden mit Charaktereigenschaften und mit einem fiktiven Foto versehen. Des Weiteren werden

die Personas mit demografischen Eigenschaften sowie deren Interessen, Einstellungen und Verhalten ergänzt.

Was wollen Personas

Nachdem 3-5 Personas erstellt wurden, muss herausgefunden werden, was diese von der Website erwarten. Denn eine Website muss einen Nutzen für die angesprochenen Zielgruppen haben. Dabei geht es hauptsächlich um Inhalte sowie um Websitefunktionen.

Customer Journey der Personas

Eine Customer Journey beschreibt den Weg mit allen Berührungspunkten zu einem Unternehmen, welche Personas gehen - vom Erstkontakt bis zum Abschluss. Die Customer Journey hilft deshalb auch zu identifizieren, wie Personas mit dem Unternehmen in Kontakt treten. Sie zeigt auch, wie sich Personas informieren und welche Kommunikations- sowie Digital Marketing-Kanäle sie nutzen.

Des Weiteren können **Customer Journey Modelle** verwendet werden, um aufzuzeigen, in welcher Phase des Kaufentscheidens oder Verhaltensphase sich die Personas befinden. Darauf basierend kann die Website sowie deren Inhalte entsprechend angepasst werden.

4. Keyword Recherche & Analyse

Nachdem analysiert wurde, welche Personas angesprochen werden sollen und deren Customer Journey bekannt ist, kann eine Keyword Recherche durchgeführt werden.

Mit der Keyword-Recherche wird herausgefunden, welche Keywords die Personas für die Suchanfragen nutzen. Dazu kann in einem Excel eine Liste mit möglichen Keywords aufgelistet werden. Daraufhin werden diese Keywords bei SEO- und Keyword-Tools eingeben. Dadurch ergeben sich weitere passende Keywords sowie zeigt es das Suchvolumen und Potenzial pro Keyword an.

Für jedes Thema, für das eine Seite bei Google gelistet werden soll, werden 1-2 Hauptkeywords definiert. Ergänzt werden diese mit Synonyme sowie mit Keywords, welche für Unterthemen genutzt werden können.

Nachfolgend wird analysiert, ob auf der bestehenden Website diese Keywords und die dazu passenden Themen vorhanden sind. Zudem soll das Suchvolumen für bereits verwendete Keywords und Inhalte überprüft werden. Die bestehenden Inhalte können je nach Ergebnis bei Bedarf überarbeitet und passende Keywords eingepflegt werden. Ergänzend sollen neue Inhalte zu den gefundenen Keywords erstellt werden.

5. SEO & Website Analyse

Mit der **SEO Analyse der Website** wird das Verbesserungspotenzial analysiert. Darauf basierend werden die Optimierungsmassnahmen erstellt, sodass die Website bei den Suchmaschinen höher gelistet wird. Dabei helfen auch die erarbeiteten Keywords sowie die Personas, welche angesprochen werden sollen. Bei der Website-Analyse für Suchmaschinenoptimierung werden die Bereiche „on page“ und „off page“ analysiert.

Onpage SEO Analyse

Eine onpage SEO-Analyse bedeutet, dass die Analyse direkt auf der Website durchgeführt wird. Dabei werden Inhalte auf Qualität und Struktur, Metadaten, der Aufbau der Seitenstruktur und die Navigation überprüft. Des Weiteren werden

enthaltene Keywords, die Crawlbarkeit der Website, fehlerhafte Links, Website-Ladegeschwindigkeit und die Sicherheit analysiert. Auch die Überprüfung der Benutzerfreundlichkeit gehört dazu, sodass die Besucher länger bleiben.

Offpage SEO Analyse

Bei der offpage-Analyse werden Bereiche ausserhalb der Website analysiert. Dies kann die Qualität und Anzahl von Links zu der eigenen Website sein. Offpage Optimierungen sind Massnahmen, welche dazu beitragen, dass qualitativ gute Websites auf die eigene verlinken. Umso mehr Webseiten auf die eigene verlinken, desto höher die Bekanntheit (PageRank).

Eine umfangreiche [Liste von SEO-Kriterien und Analysebereiche](#) hat Google in einem Leitfaden veröffentlicht.

6. SEO Konzept mit Massnahmen

Die meisten SEO Massnahmen ergeben sich durch die Website Analyse. Diese werden nun nach Priorität und Schwierigkeit aufgelistet und geplant. Zu empfehlen ist, einfachere umzusetzende Suchmaschinenoptimierungen als erstes zu planen. Schwierigere und aufwändigere Arbeiten können danach erledigt werden.

Dank der Erstellung von Personas und der Keyword Recherche können nun weitere Inhalte für die Website bereitgestellt werden. Diese sollen auch für andere Kanäle wie Newsletter, Social Media, PR und Google Ads (SEA) verwendet werden. Dadurch erhöht sich der Websitetraffic sowie verbessert es das Suchmaschinenranking. All die Inhalte sollten SEO optimiert sein.

7. Umsetzung & Testing

Die erarbeiteten und geplanten SEO Massnahmen können nun umgesetzt werden. Dabei gibt es keine Garantie, dass jede umgesetzte SEO-Massnahmen sich positiv auswirken wird. Zum einen kann es mehrere Wochen bis Monate dauern, bis sich dies auf Suchmaschinen auswirken wird. Zum anderen können SEO Umsetzungen auch kontraproduktiv sein. Daher gilt es, die umgesetzten Suchmaschinenoptimierungen zu dokumentieren sowie mithilfe von Analytics-Software den veränderten organischen Websitetraffic über Suchmaschinen zu beobachten.

Es kann durchaus Sinn machen, gewisse SEO Optimierungen in einem begrenzten Mass als Test umzusetzen.

8. Überprüfung und Adaption

Die Erfolge von Suchmaschinenoptimierungen sind nicht immer einfach zu messen und nachzuvollziehen. Dies, weil es ein langfristiger Verbesserungsprozess ist. Zudem gibt es immer wieder Trends, welche für mehr oder weniger Websitebesucher verantwortlich sind. Auch beeinflussen Werbekampagnen die Analysezahlen, welche herausgefiltert werden müssen.

Andererseits können SEO Massnahmen wie die Optimierung der Website-Ladegeschwindigkeit schnell gemessen werden. Dies bedeutet aber nicht, dass die Website dadurch bei Google automatisch höher gelistet wird. Auch ist es keine Garantie für mehr Websitebesucher. Hingegen können neue Besucher mit Analyse-Software erkannt werden, welche aufgrund von neu erstellten oder verbesserten Seiten und Inhalte die Website besuchen.

SEO Anleitung für KMU

Für die Umsetzung von SEO hat Google einen [Startleitfaden zur Suchmaschinenoptimierung \(SEO\)](#) zusammengestellt und veröffentlicht. Dieser kann für die Phase 5 (SEO & Website Analyse) sowie für die Phase 6 (SEO Konzept mit Massnahmen erstellen) und deren Umsetzung genutzt werden.

Top 10 SEO Massnahmen für KMU

1. SEO Website Analyse mit einer SEO-Software durchführen oder einen [SEO Analyse-Service](#) verwenden.
2. Website bei der [Search Console von Google](#) registrieren und angezeigte Fehler beheben.
3. Sitemap erstellen und irrelevante Seiten exkludieren.
4. Sicherheit erhöhen durch ein SSL-Zertifikat.
5. Feedback von internen und externen Websitebesuchern für die Website bezüglich Benutzerfreundlichkeit einholen.
6. „Content is King“ – Inhalte erstellen für die Personas und deren Suchanfragen und Bedürfnisse.
Texte SEO optimieren wie Header-Struktur, Keywords verwenden, kurze prägnante Sätze erstellen sowie Untertitel und Aufzählungszeichen einfügen.
7. Alle Metatags korrekt und mit Keywords ausfüllen.
8. Website bei [Google my Business](#) anmelden und Inhalte einfügen.
9. Website und Unternehmen bei relevanten Branchenverzeichnissen mit einem hohen Google PageRank registrieren sowie bei Partner und Kunden.
10. Website-Ladegeschwindigkeit verbessern wie Web-optimierte Bilder einsetzen mit „Lazy loading“, ungenutzte Inhalte entfernen, SSD-Server sowie CDN und Caching verwenden. Hier kann die [Website-Geschwindigkeit gemessen](#) werden und wie „mobilefreundlich“ die Website ist.

Zu vermeidende Fehler bei der Suchmaschinenoptimierung

Für die Suchmaschinenoptimierung gibt es sehr viele Methoden und Tricks, damit eine Website zuvorderst rangiert. Mit einigen SEO Methoden können unfaire Vorteile erschaffen werden, welche Google bestraft. Diese Methoden werden als „Black hat Optimization“ genannt. So war es vor 10 Jahren möglich, eine Website bei den Google Suchergebnissen im Handumdrehen unter den Top5 zu listen.

Google empfiehlt folgende SEO Methoden zu vermeiden:

- „Keyword stuffing“ bei dem die Webseiten übermässig mit Keywords gefüllt werden
- Teilnahme an Linktauschprogrammen
- Täuschende und automatisch generierte Inhalte
- Irreführende Weiterleitungen
- Nicht sichtbarer Text für die User
- Von anderen Website kopierte und doppelte Inhalte wie Texte und Bilder
- Falsche Informationen in Metadaten und Markups

Weitere Beispiele und konkrete Empfehlungen dazu sind bei Google unter [Richtlinien für Webmaster](#) aufgelistet.

5 weitere Arten der Internetsuche

Nebst der klassischen Suche, wie wir es mit der Suchmaschine Google kennen, gibt es weitere Suchmöglichkeiten:

1. Bildersuche (Google Bilder, Pinterest, Bild- und Stock-Plattformen)
2. Videosuche (YouTube, Vimeo)
3. Nachrichtensuche (Google News, Google Alerts, Social Media, News-Portale)
4. Produktsuche (Amazon, Social Media, Google Shopping)
5. vertikale Suche nach Branchen oder Themen (Wikipedia, Bibliotheken/Verzeichnisse, Portale für Jobs und Autos)

Einige dieser Suchplattformen können Webseiten und deren Inhalte als Suchergebnis anzeigen. Umgesetzte SEO Massnahmen können deshalb positive Auswirkungen auf diese Suchplattformen haben.

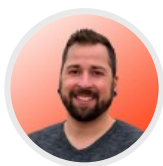
Fazit

Mit einer sauberen Planung der Suchmaschinenoptimierung kann eine nachhaltige Verbesserung des Suchmaschinen-Rankings erzielt werden. Dadurch wird die Webseite von den gewünschten Zielgruppen mit Suchmaschinen eher gefunden. Dabei ist eine **Website Analyse** nach aktuellen SEO Kriterien ein zentrales Element. Darauf basierend können zielführende SEO Massnahmen umgesetzt werden.

Bleiben Sie geduldig und investieren Sie regelmässig Zeit für die Suchmaschinenoptimierung der Website. SEO ist ein langfristiger Prozess, um nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.

Benötigen Sie Hilfe bei der SEO-Analyse Ihrer Website?

[ZUM SEO ANALYSE-SERVICE](#)



Simon Flück

Simon Flück ist spezialisiert auf Digital Marketing Themen. Seine Faszination für die digitalen Möglichkeiten motiviert ihn, sich stetig weiterzubilden und sich mit digitalen Trends auseinanderzusetzen. Als Digital Marketer arbeitete er im nationalen und internationalen B2B- und B2C-Umfeld. Nebst vielen Digital Marketing Weiterbildungen studierte er Betriebswirtschaft und Marketing-Kommunikation.