



HANSERANKING

Damit's bei Ihnen Klick macht!

HANSERANKING ACADEMY

SEO WHITEPAPER

GLEICHE RANKINGS - MEHR TRAFFIC

Wie die Klickrate maximiert wird



INHALT

01	VORWORT	Seite 3
02	TITLE & DESCRIPTION	Seite 4
2.1	Was sind Titles & Descriptions?	Seite 4-5
2.2	Was ist wichtiger: Title oder Description?	Seite 5
2.3	Die Bedeutung der Meta Description	Seite 5
2.4	Title & Description erstellen: Die wichtigsten Bestandteile	Seite 6
2.4.1	Die richtige Länge	Seite 7
2.5	Title Tag gut - alles gut?	Seite 7-8
03	RICH SNIPPETS	Seite 8
3.1	Welchen Vorteil haben Rich Snippets für SEO?	Seite 8
3.2	Welche Rich Snippet-Markups gibt es?	Seite 9
3.2.1	Mögliche Rich Snippet-Markups	Seite 9-13
04	URL-STRUKTUR	Seite 13
	Die richtige URL Struktur für eine gute SERP Platzierung	Seite 13
4.1	In 5 Schritten zur SEO optimierten URL	Seite 14-18
4.1.1	UX Mythos 3-Klick-Regel	Seite 14-15
05	H1-ÜBERSCHRIFT	Seite 19
5.1	Was bedeutet H1?	Seite 19-20
5.2	Der Fahrplan zur optimalen H1-Überschrift	Seite 20
06	INTERNE VERLINKUNG	Seite 21-22
	Die Bedeutung der internen Verlinkung	Seite 21-22
6.1	Wie erhöhen die internen Verlinkungen die CTR?	Seite 22-23

VORWORT

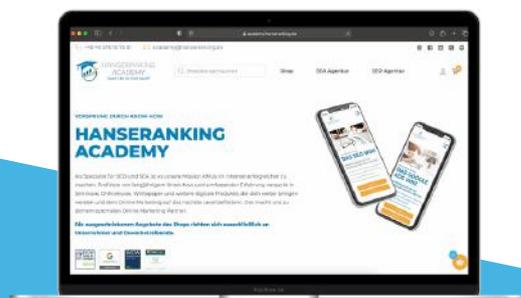
Du besitzt schon gute Rankings in den organischen Suchergebnissen, wirklich viel Traffic generiert Deine Website jedoch (noch) nicht? Dann ist dieses Whitepaper wahrscheinlich genau das Richtige für Dich.

Die Klickrate (Click-Through-Rate, CTR) in den organischen Suchergebnissen spielt eine entscheidende Rolle für den Erfolg Deiner Website oder Deines Online Geschäfts. In der heutigen digitalen Welt, in der Du täglich mit einer Fülle von Informationen konfrontiert wirst, ist es unerlässlich, dass Du Dich in den Google Suchergebnissen von Deinen Konkurrenten abhebst.

Dieses Whitepaper bietet Dir eine umfassende Vorstellung verschiedener Techniken und Strategien, um die Sichtbarkeit Deiner Webseite in den Suchergebnissen zu verbessern, die Aufmerksamkeit der Nutzer zu gewinnen und somit eine höhere Klickrate zu erhalten.

Profitiere doppelt: All die Techniken, von denen Du gleich lesen wirst, verbessern nicht nur die Klickrate, sie wirken sich auch (direkt oder indirekt) positiv auf Dein organisches Ranking aus.

**BEI FRAGEN ODER WEITERFÜHRENDEN INFORMATIONEN
STEHEN DIR UNSERE EXPERTEN JEDERZEIT ZUR VERFÜGUNG!**



**Kontakt
aufnehmen**

02 TITLE & DESCRIPTION

Jeder, der schon einmal im Internet recherchiert hat, weiß: Die Suchergebnisseite (SERPs) bei Google ist überfüllt mit unzähligen Suchergebnissen. Soll ein Artikel gefunden werden, ist es wichtig, einen ansprechenden Title Tag und eine aussagekräftige Meta Description zu erstellen.

Die Title und Descriptions geben gemeinsam einen Eindruck davon, was die Nutzer*innen in dem betreffenden Artikel erwarten können. Daher spielen Title & Descriptions eine bedeutende Rolle bei der Optimierung für Suchmaschinen: Durch die richtige Wahl von Title & Description kann mehr Sichtbarkeit in den Suchergebnissen erzielt werden. Die Besucherzahlen steigen – und das bestätigt die Wirksamkeit der SEO Optimierung!

2.1 Was sind Titles und Descriptions?

Die Hypertext Markup Language (HTML) zusammen mit den Cascading Style Sheets (CSS) stellen das Fundament jeder Webseite dar. HTML ist verantwortlich für den strukturellen Aufbau der Webseite, während CSS das Aussehen und das Verhalten der einzelnen Elemente, einschließlich ihrer Form und Farbe, bestimmt.

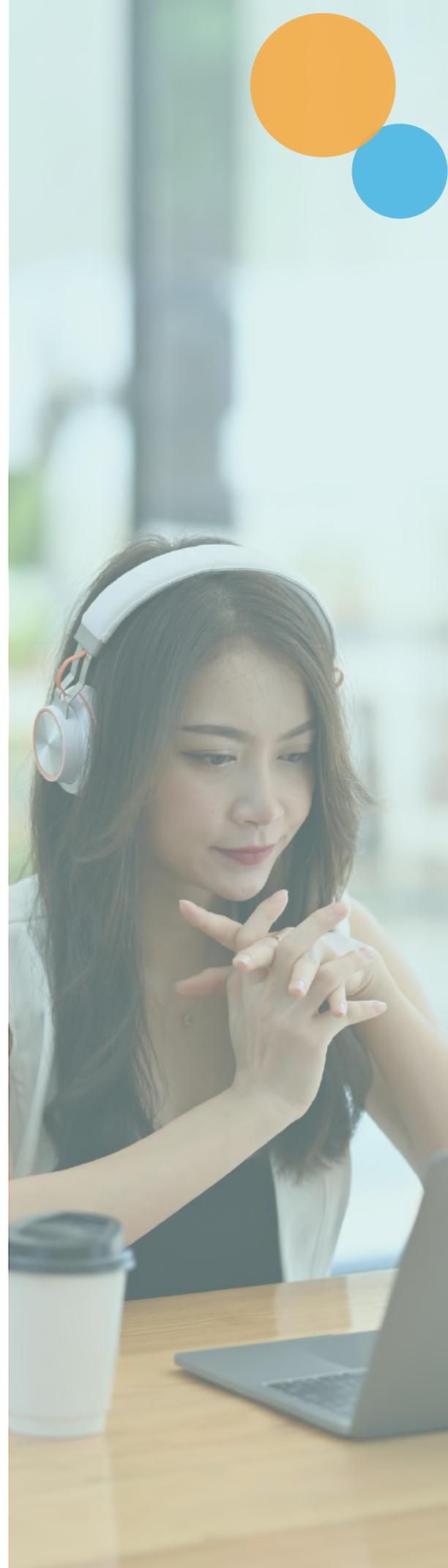
Im strukturellen Aufbau sind auch der Title und die Description enthalten: Der Title Tag gibt den Titel eines HTML-Dokuments an, während die Meta Description eine kurze Beschreibung des Inhalts dieses Dokuments liefert. Beide Komponenten zusammen werden als Snippet bezeichnet, was "Schnipsel" auf Englisch bedeutet.

CTR (Klickrate) verbessern: kostenfreies SEO Whitepaper

SEO Whitepaper → Strategien & Techniken zur Verbesserung der Sichtbarkeit ✓

Nutzeraufmerksamkeit gewinnen ✓ Maximierung der Klickrate ✓ » Jetzt lesen!

Title und Description in Google Suchergebnis



Du willst
tiefer in das
Thema der
Suchintention
einsteigen?
Dann hohl Dir
passend dazu
dieses
Whitepaper!

**Jetzt kostenlos
downloaden!**



Anders formuliert: Jede Seite und Unterseite einer Website, die für die Google Suche vorgesehen ist und indexiert wurde, sollte ein einzigartiges Snippet erhalten. Dafür muss also ein Title Tag und eine Meta Description formuliert werden, die auf den Inhalt dieser einen Seite eingeht.

Klingt nach viel Arbeit? Ist es auch, aber es wird sich lohnen!

2.2 Was ist wichtiger: Title Tag oder Meta Description?

Definitiv der Title Tag! Die Suchenden überfliegen die Suchergebnisse und scannen die Titles nach relevanten Inhalt. Ist ein Title nicht aussagekräftig, wird dieser trotz einer Top-Platzierung in den SERPs ausgelassen und das Ergebnis mit dem ansprechendsten Title wird geklickt. Die Meta Descriptions finden dabei nur Beachtung, wenn der Title ansprechend genug war, um das Suchergebnis weiter zu beachten.

Das alles passiert im Bruchteil einer Sekunde!

2.3 Die Bedeutung der Meta Description

Da die Meta Description in der Vergangenheit durch Keyword-Stuffing missbraucht wurde, ist der Algorithmus durch Google verändert worden. Dadurch übt die Meta Description seitdem keinen direkten Einfluss mehr auf das Ranking der Webseite aus.

Und obwohl die Meta Description zusätzlich auch von vielen Usern nicht immer große Beachtung findet, spielt sie im Bereich der professionellen Suchmaschinenoptimierung weiterhin eine wichtige Rolle.

Vor allem bei informationsorientierten Suchanfragen kann die Description bereits wichtige Informationen für User bereithalten und Aussicht auf die Befriedigung des Suchbedürfnisses geben.

2.4 TITLE UND DESCRIPTION ERSTELLEN: DIE WICHTIGSTEN BESTANDTEILE

Innerhalb der ersten Sekunden solltest Du die Nutzer*innen überzeugen. Dabei ist es wichtig folgende Punkte in dem Title Tag und der Meta Description zu verpacken:

- kurze, prägnante und leicht verständliche Formulierungen
- treffende Zusammenfassung der Kernaussage der jeweiligen Seite
- das primäre Keyword möglichst am Anfang
- einen möglichen Nutzen oder Vorteil, also das Alleinstellungsmerkmal (USP)
- eine Handlungsaufforderung “Call to Action” (CTA)
- Sonderzeichen (Klammern, Zahlen, Icons) für mehr Aufmerksamkeit

Tipp: Uns ist in letzter Zeit aufgefallen, dass Google dazu neigt, den Firmennamen aus dem Title Tag von Websites zu entfernen. Angesichts dieser Entwicklung empfehlen wir, den Title entsprechend anzupassen.

<https://www.hanseranking.de> > sea-agentur

SEA Agentur Hamburg » Beratung | Strategie | Umsetzung

SEA Agentur Hamburg ⇒ effizientes Kampagnenmanagement ✓ transparente Betreuung ✓

Google Premium Partner ✓ Jetzt kostenlos beraten lassen!

★★★★★ Bewertung: 4,8 · 692 Rezensionen ⓘ

- Was ist SEA? · - WAS MACHT EINE GUTE... · - So verhilft die SEA Agentur...

[Screenshot eines Google Suchergebnisses](#)

Wichtig ist, dass Title und Description immer als Einheit betrachtet und diese dementsprechend optimiert werden, um die bestmögliche Klickrate zu erzielen.

2.5 Die richtige Länge

All die genannten Besonderheiten in einem Text zu vereinbaren, stellt bereits eine große Herausforderung dar. Nun kommt noch hinzu, dass der Platz begrenzt ist und eine gewisse Länge eingehalten werden muss.

Die Länge von Title Tag und Meta Description wird in Pixel gemessen.

Aktuell sind

- 580 Pixel (55-70 Zeichen) für den Title
- 990 Pixel (bis 145 Zeichen) für die Description

erlaubt. Wird diese Pixelzahl überschritten, wird der Text automatisch abgeschnitten.

2.6 Title Tag gut - alles gut?

Sind alle Herausforderungen bestritten, kann man sich sicher sein, dass der Title Tag auch genauso dargestellt wird, oder? Ganz richtig, NEIN!

Letzten Endes entscheidet Google, ob und wie ein Title Tag dargestellt wird.

Google bezieht laut eigener Aussage dabei den visuellen Titel oder die Überschrift der jeweiligen Seite in Betracht. Aber auch anderer Text auf der Seite oder auch Text in Links, die auf Seiten verweisen, können verwendet werden.

Laut Google ist der Grund dafür einfach:

Warum nicht nur HTML-Titel-Tags verwendet werden

Warum wird nicht immer ausschließlich das HTML-Titel-Tag verwendet? Aus den gleichen Gründen, die wir erläutert haben, als wir 2012 angingen, mehr als dieses Tag zu berücksichtigen. HTML-Titel-Tags beschreiben eine Seite nicht immer gut. Häufige Probleme bei Titel-Tags:

- Sie sind oft sehr lang.
- Häufig sind sie mit Keywords überfüllt, von denen Ersteller irrtümlich annehmen, dass sie damit nach dem Prinzip "Viel hilft viel" das Ranking einer Seite verbessern.
- Titel-Tags fehlen mitunter ganz oder enthalten sich wiederholende „Textbausteine“ (sogenannte „Boilerplates“). Beispielsweise werden Startseiten einfach als „Home“ bezeichnet. In anderen Fällen heißen alle Seiten einer Website „Unbenannt“ oder schlicht so wie die gesamte Website.

Durch das Update sollen besser lesbare und leichter zugängliche Titel für Seiten erzeugt werden. In einigen Fällen fügen wir Webseitenamen hinzu, wenn es hilfreich scheint. Bei sehr langen Titeln wählen wir unter Umständen die relevantesten Abschnitte aus, statt am Anfang zu beginnen, wenn dadurch möglicherweise nützliche Teile gekürzt würden.

Auszug aus dem Google Search Blogartikel

“Update zur Generierung von Titeln für Webseiten”, 24.Aug.2021

Google schätzt die Kombination aus einem guten Title Tag und der Nutzererfahrung so sehr, dass es darauf bedacht ist, dass diese optimal zugeschnitten sind.

Wir von Hanseranking wissen, wie wichtig es ist, aussagekräftige Titel Tags zu erstellen - schließlich kann die zeitliche Investition in diesen Bereich Ihr Ranking deutlich verbessern!

03 RICH SNIPPETS

Rich Snippets wurden entwickelt, um mehr Informationen über eine Website auf der Suchergebnisseite (SERP) bereitzustellen, damit Nutzer*innen leicht finden können, wonach sie suchen. Um diese Snippets zu bilden, nutzt Google sogenannte “strukturierte Daten”, die im HTML-Code oder Javascript einer Webseite enthalten sind.

3.1 Welchen Vorteil haben Rich Snippets für SEO?

Rich Snippets sind keine direkten Rankingfaktoren, dennoch haben sie eine spürbare Auswirkung auf die Click-Through-Rate (CTR). Die Formel dafür ist ganz einfach:

Mehr Aufmerksamkeit: Im Vergleich zu “normalen” Snippets nehmen die Rich Snippets mehr Platz auf der Suchergebnisseite ein

+

Wertvolle Zusatzinformationen: Es werden auf den ersten Blick mehr relevante Informationen transportiert

=

Höhere Klickrate: Mehr Aufmerksamkeit und wertvolle Zusatzinformationen führen dazu, dass mehr Menschen auf ein Snippet klicken und der Traffic einer Seite dadurch erhöht wird. Langfristig trägt das zu einem höheren Ranking bei.



3.2 Welche Rich Snippet-Markups gibt es?

Es gibt viele verschiedene Arten von Rich Snippets, die für die erweiterte Darstellung von Inhalten herangezogen werden können. Dabei ist es wichtig, dass aus der Vielzahl der Möglichkeiten die sinnvollsten Typen ausgewählt werden, also je nachdem, welcher Inhalt auf der Webseite zu finden ist.

3.3 Mögliche Rich Snippet-Markups:

Dies ist lediglich eine Auswahl der möglichen Rich Snippets:

Produkte: Gibt Suchmaschinen Informationen über ein bestimmtes Produkt (einschließlich Preis, Verfügbarkeit, Bewertungen und Produktbilder)

<https://www.idealo.de> › ... › Handys & Smartphones

Samsung Galaxy Z Flip ab 769,00 € (Januar 2023 Preise)

Fazit: Ein Klapphandy ist schön retro und sieht cool aus. Das Z Flip überzeugt zudem mit einer starken Performance und einer guten Kamera. An der Verarbeitung ...

★★★★ Bewertung: 2,7 · 3 Ergebnisse · 769,00 € bis 2.249,98 € · Auf Lager

[Produkte in der Google Suche](#)



Bewertungen: Rich-Snippets-Bewertungen zeigen wichtige Informationen wie die Sternebewertung, die Gesamtzahl der Bewertungen und die durchschnittliche Bewertung auf der Website. Durch die Anzeige dieser Informationen können sich potenzielle Kund*innen schnell ein Bild davon machen, welche Erfahrungen mit einem Produkt oder Dienstleistung gemacht wurden.

<https://www.hanseranking.de> › seo › mobile-seo

Mobile SEO ⇒ Alles, was Sie wissen müssen | Hanseranking

Mobile SEO ⇒ Alle Infos zum Thema Mobile SEO ✓ Bessere Rankings, höherer Traffic & mehr Umsatz über mobile Endgeräte ⇒ Besuchen Sie uns jetzt!

★★★★★ Bewertung: 4,8 · 685 Rezensionen

[Rezepte in der Google Suche](#)

Organisation (lokales Unternehmen): Organisation (lokales Unternehmen): Hier werden wichtige Informationen über eine Organisation, wie z. B. ein Unternehmen, dargestellt. Dazu zählen Geschäftszeiten, Standort und Kontaktinformationen.

10:00–19:00 ▾

Manufactum Warenhaus, Öffnungszeiten am Dienstag

<https://www.manufactum.de> > ... > Warenhäuser

Manufactum Warenhaus und Brot & Butter in Bremen am ...

Manufactum Warenhaus: Montag bis Samstag: 10:00–19:00 Uhr ; Manufactum Frischetheke: Montag bis Freitag: 10:00–19:00 Uhr ; Manufactum Brot & Butter: Montag bis ...

Organisationen in der Google Suche

Videos: Da Suchmaschinen keine Videos ansehen können, ist es hilfreich folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

- Eine Beschreibung des Videos
- Eine Thumbnail-URL
- Das Upload-Datum
- und die Dauer des Videos

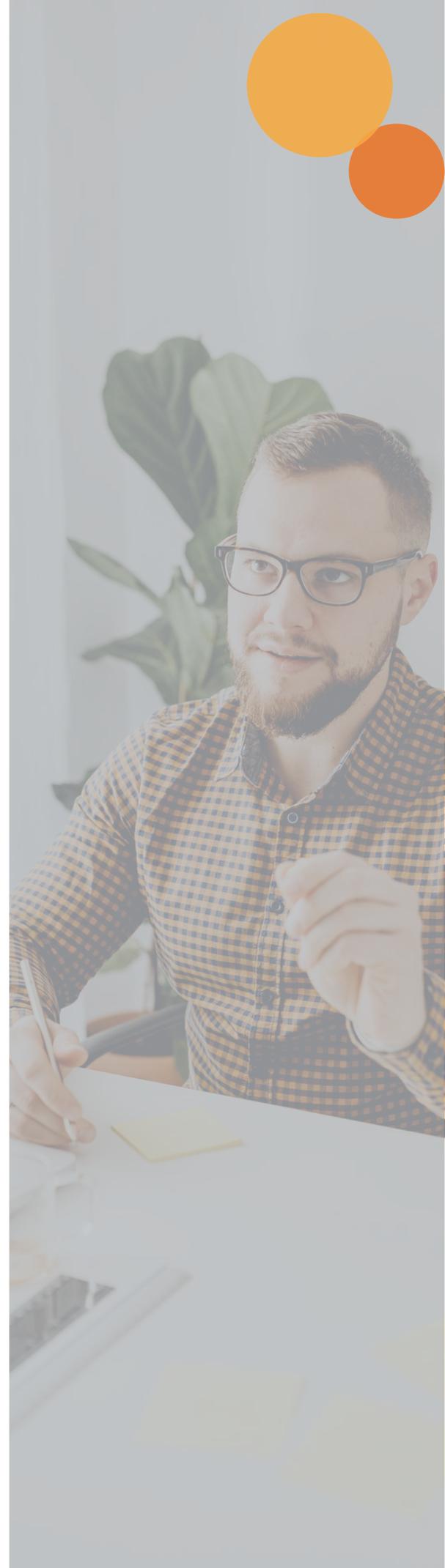
Das Ergebnis sieht dann so aus:



Stricken lernen - für Anfänger (sehr leicht)

YouTube · onlinewolle.com
29.08.2014

Videos in der Google Suche





Anleitungen: In einer Anleitung werden User durch eine Reihe von Schritten geführt, mit denen sich eine Aufgabe erledigen lässt. Anleitungen können Videos, Bilder und Text durch eine Reihe von Schritten geführt, mit denen sich eine Aufgabe erledigen lässt. Anleitungen können Videos, Bilder und Text enthalten.

Wie schreibe ich eine Schritt für Schritt Anleitung?

Wie Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung schreiben

1. **Schritt 1:** Definieren Sie Ihre Zielgruppe, bevor Sie die **Bedienungsanleitung schreiben**.
2. **Schritt 2:** Wählen Sie das passende Format für Ihre **Anleitung**.
3. **Schritt 3:** Planen Sie den Inhalt und die Visualisierungen.

[Weitere Einträge...](#)

[Anleitungen in der Google Suche](#)



Veranstaltungen: Hiermit können Informationen zu Veranstaltungen mitgeliefert werden.

Damit dieses Rich Snippet angezeigt wird, müssen folgende Informationen hinterlegt sein: Name, Ort, Uhrzeit, Preis und Währung.

<https://www.koelnticket.de> > die-drei-fragezeichen-tickets

Die drei ??? Tickets günstig kaufen - kölnticket.de

2019 feiern „Die drei ???“ in Deutschland ihr 40-jähriges Jubiläum und kommen mit einer großen Tour mitsamt der Original-Sprecher Oliver Rohrbeck, Jens ...

Mi., 25. Jan. **PREMIERE: Die Drei ??? und ...**

So., 29. Jan. **Die drei ??? und die ...**

So., 12. Feb. **Die drei ??? und die ...**

[Events in der Google Suche](#)

Stellenanzeigen: Über dieses interaktive Rich-Suchergebnis können Arbeitssuchende einen Job finden. Dabei werden Jobangebote aus verschiedenen Jobportalen herangezogen. In der Jobsuche besteht die Möglichkeit für Unternehmen, das Logo, den Arbeitsort, Jobdetails und Rezensionen anzeigen zu lassen.

Stellenangebote suchen bei

 Indeed  Backinjob  Kununu  StepStone

Stellenangebote

-  **SEO Manager (m/w/d)**
Hanseranking GmbH
Hamburg
über Indeed
€33.600 € bis 60.000 € pro Jahr  Vollzeit  Freiw. Altersvorsorge
-  **SEA Manager (m/w/d)**
Hanseranking GmbH
Hamburg
über XING
vor 1 Tag  Vollzeit
-  **Junior SEA Manager (m/w/d) in Vollzeit**
Hanseranking GmbH
Hamburg
über XING
 Vollzeit

→ [Stellenanzeigen ansehen](#)

[Events in der Google Suche](#)

Weitere Informationen Feedback geben

Rezepte: Mit Nährwertangaben, Kochzeiten und Zutatenliste.

<https://www.chefkoch.de> > ... > Backen

Swimmingpool Torte von moosmutzel311 | Chefkoch

Swimmingpool Torte - ohne Alkohol und damit auch für den Kindergeburtstag geeignet. Über 9 Bewertungen und für sehr lecker befunden.

★★★★☆ Bewertung: 3,7 · 9 Ergebnisse · 1 Std. 15 Min.

[Rezepte in der Google Suche](#)



FAQs-Snippets: Zur Beantwortung allgemeiner Fragen über den Inhalt der Website.

<https://lightweb-media.de> › SEO

FAQ Snippets - FAQ Schema verstehen und anwenden

13.12.2022 — FAQ Snippets • Schema.org • Strukturierte Daten • Wie Fragen/Antwort ...
Beliebt für die FAQPage ohne HTML Kenntnisse sind zum Beispiel:..

Was sind FAQ-Snippets? ▼

Welche Fragen eignen sich für das FAQ Snippet? ▼

[FAQ in der Google Suche](#)

04 URL STRUKTUR

Die richtige URL Struktur für eine gute SERP Platzierung

Die richtige URL-Struktur kann Wunder bewirken, wenn es darum geht, auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen (SERPs) besser platziert zu werden. Die Strukturierung Ihrer URLs mit aussagekräftigen und prägnanten Wörtern trägt dazu bei, dass Sie von den Suchmaschinen besser verstanden werden, was sich in einer besseren Platzierung niederschlägt. Aber das ist noch nicht alles: Wenn Sie zu den glücklichen Websites mit der Nummer 1 gehören, ist die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer*innen darauf klicken, größer als je zuvor, da die sprechenden URLs eindeutige Schlüsselwörter enthalten, was die Gesamtklickrate noch weiter erhöht.

Was ist eine URL?

Ein Uniform Resource Locator (kurz URL) ist die Webadresse, die in einen Browser eingegeben wird, um eine Webseite aufzurufen. Web-URLs werden auch Links genannt. Sie setzt sich aus einer hierarchischen Reihe von Komponenten zusammen, darunter das Protokoll (z. B. HTTP oder HTTPS), der Domänenname (z. B. example.com) und zusätzliche Parameter.

4.1 In 5 Schritten zur SEO optimierten URL

1 Verzeichnistiefe begrenzen

Die URLs einer Website sollten grundsätzlich nach dem hierarchischen Prinzip aufgebaut werden. Heißt: Je näher sich ein Content an der Hauptseite befindet, desto relevanter ist er für das Ranking. Des Weiteren ist es ratsam, dass die URL Struktur intuitiv gestaltet ist, sodass sich Nutzer*innen und Suchmaschinen die Verbindung zwischen den verschiedenen Seiten einer Website schnell und einfach verstehen können. Es gilt das Prinzip: Keep it simple, stupid (KISS- Prinzip).

Beispiel:

gut so:

<https://deineseite.de/muehlengewuerze/pfeffer>

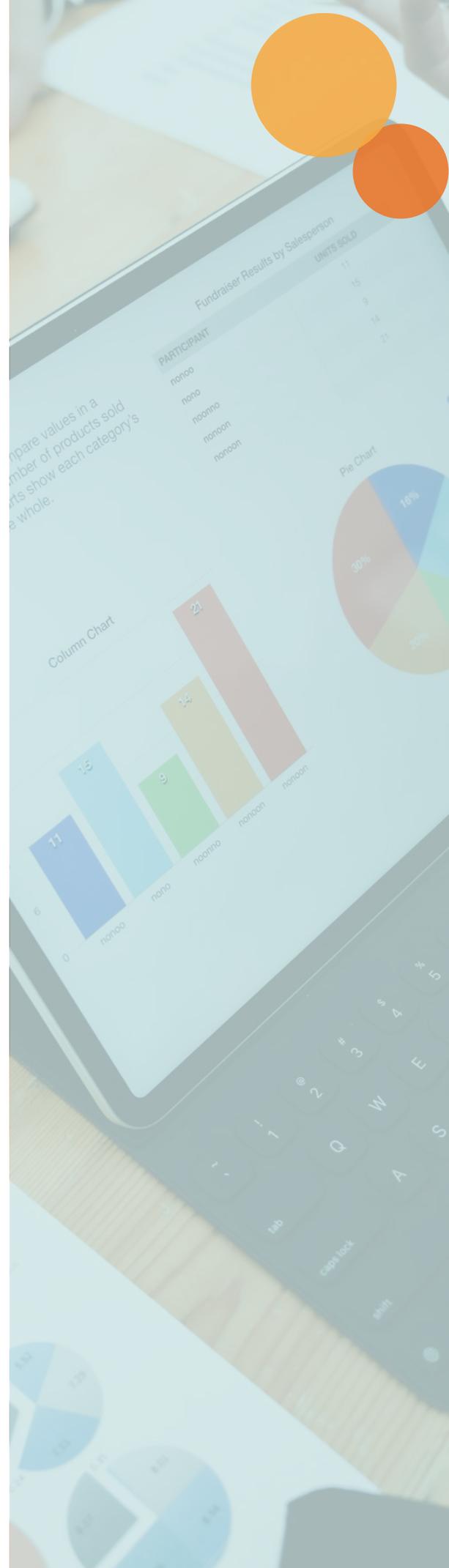
so nicht:

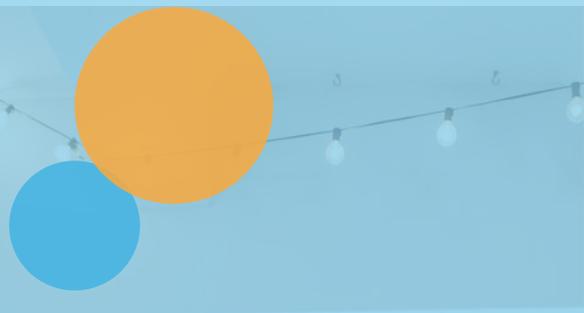
<https://deineseite.de/rezepte/gewuerze/muehlengewuerze/pfeffer>

4.1.1 UX Mythos 3-Klick-Regel

Die URLs einer Website sollten grundsätzlich nach dem hierarchischen Prinzip aufgebaut werden. Heißt: Je näher sich ein Content an der Hauptseite befindet, desto relevanter ist er für das Ranking. Des Weiteren ist es ratsam, dass die URL Struktur intuitiv gestaltet ist, sodass sich Nutzer*innen und Suchmaschinen die Verbindung zwischen den verschiedenen Seiten einer Website schnell und einfach verstehen können. Es gilt das Prinzip: Keep it simple, stupid (KISS- Prinzip).

Werden gewünschte Informationen nicht innerhalb von 3 Klicks gefunden, brechen die Nutzer*innen die Suche frustriert ab und verlassen die Website. Stimmt's oder stimmt's nicht?





Stimmt nicht! Die Einfachheit dieser Regel ist das Hauptproblem: Natürlich sollen die Besucher*innen so wenig Klicks wie möglich zählen, um nach interessanten Inhalten fündig zu werden. Es ist eben komplizierter als einfach nur die Klicks zu zählen.

Was Besucher*innen neben langen Suchen auch abschreckt, sind:

- geringer Nutzen und Mehrwert der Inhalte und Funktionen (Nutzwert)
- lange Ladezeiten und fehlende Mobile-Optimierung (Barrierefreiheit)
- schlechte Informationsarchitektur und unlogische Navigation (Benutzerfreundlichkeit)
- veraltetes, nicht einheitliches Website-Design (Design)

HTTP oder HTTPS?

HTTPS ist die sichere Version des HTTP-Protokolls. Ein Secure Sockets Layer (SSL) verschlüsselt die Kommunikation zwischen deinem Browser und einer Website, sodass Hacker die Daten zwar abfangen, aber nicht lesen können.

2 Sprechende URLs verwenden

Eine "sprechende" URL ist eine URL, die relevante Schlüsselwörter in ihrer Struktur und Lesbarkeit enthält, d. h. sie wird von den Nutzer*innen beim Surfen im Internet eher wahrgenommen und vermittelt Vertrauen.

Beispiel: Eine URL, die die Worte "Hundehalsbänder" enthält, wird von jemandem, der nach Informationen über Hundehalsbänder sucht, mit größerer Wahrscheinlichkeit eher wahrgenommen als eine, die einfach "beispiel.com/page1" lautet.

- Die Erstellung von sprechenden URLs kann dazu beitragen, den Traffic auf eine Website zu lenken, die Sichtbarkeit zu erhöhen und es den Nutzer*innen zu erleichtern, sich die Adresse zu merken.
- sprechende URLs strahlen zudem Vertrauen und Seriosität aus und können indirekt das Klickverhalten positiv beeinflussen.

Beispiel:

gut so: <https://deineseite.de/hund/gassi-gehen/hundehalsbaender>

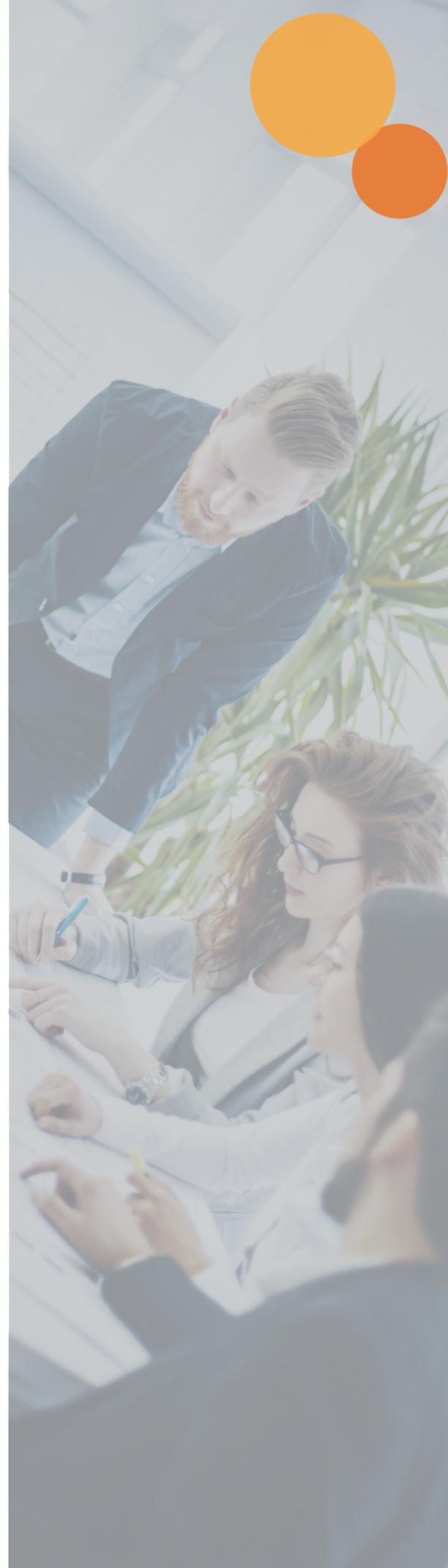
so nicht: <https://deineseite.de/Artikel2486537243453>

3 Keywords verwenden

Keywords (Schlüsselwörter) in der URL-Struktur sind für die Suchmaschinenoptimierung und die Verbesserung der allgemeinen Sichtbarkeit der Website im Internet von großer Bedeutung. Durch die Aufnahme relevanter Schlüsselwörter in die URL sind Suchmaschinen besser in der Lage zu erkennen, worum es auf Ihrer Seite geht, um sie in ihren Suchergebnissen genauer zu platzieren.

Das bedeutet, dass Nutzer*innen, die nach Informationen mit diesen Keywörtern suchen, mit größerer Wahrscheinlichkeit ihre Website finden, wodurch auch die Wahrscheinlichkeit erhöht wird, dass sie Ihre Website besuchen. Außerdem kann das Hinzufügen von Schlüsselwörtern zu URLs dazu beitragen, die Lesbarkeit der URL selbst zu verbessern, so dass die Nutzer*innen auf den ersten Blick leichter erkennen können, worum es auf einer Seite geht.

Letztendlich trägt dies zu einem besseren Benutzererlebnis bei und ermutigt die Besucher*innen, Ihre Website zu besuchen und zu erkunden.



4 Eindeutige URLs

HTTPS ist die sichere Version des HTTP-Protokolls. Ein Secure Sockets Layer (SSL) verschlüsselt die Kommunikation zwischen deinem Browser und einer Website, sodass Hacker die Daten zwar abfangen, aber nicht lesen können.

Eindeutige URLs sind ein wichtiger Faktor bei der Vermeidung von Problemen mit Duplicate Content im Internet. Durch eindeutige URLs können Suchmaschinen-Crawler schnell und effektiv zwischen Inhaltsseiten auf derselben Website unterscheiden. Dies ist besonders wichtig, wenn es um Produkt- oder Dienstleistungsverzeichnisse geht, da ein und dasselbe Produkt oder dieselbe Dienstleistung auf ein und derselben Website mehrfach aufgeführt sein kann.

Beispiel:

<https://deineseite.de/gewuerze/dip-set>

<https://deineseite.de/geschenkidee/dip-set>

Das Dip-Set existiert in zwei Produktkategorien und gilt damit als doppelter Inhalt. Mit einem kanonischen Link (Canonical Tag) könnte jetzt eine technische Lösung herbeigeführt werden. Suchmaschinen-freundlicher ist jedoch die Lösung, auf spezifische Verzeichnisse in der Produkt-URL zu verzichten.

Beispiel:

aus: <https://deineseite.de/gewuerze/dip-set>

wird: <https://deineseite.de/dip-set>

So können Produkte in unterschiedlichen Kategorien auftauchen, ohne dass doppelter Inhalt produziert wird.

Canonical Tag (kanonischer Link)

Ein kanonischer Tag ist ein HTML-Code-Element, das Webmastern hilft, Probleme mit doppelten Inhalten zu lösen. Es zeigt Suchmaschinen im Wesentlichen die "kanonische" oder bevorzugte Version einer Webseite an, so dass sie wissen, welche Version indiziert und eingestuft werden sollte.

Dies ist besonders nützlich für Websites, von denen es mehrere Versionen derselben Seite gibt, wie z. B. eine druckerfreundliche Version und eine nicht druckerfreundliche Version.

Vorteil:

- Suchmaschinen indexieren und ranken immer die richtige Seite
- Verhindert, dass andere Versionen wertvollen Platz in den SERPs einnehmen

5 Länge & Inhalt der URL begrenzen

Es ist aus mehreren Gründen wichtig, eine URL so kurz wie möglich zu halten.

- Eine kurze URL ist ästhetisch ansprechender und leichter zu merken, da sie weniger komplex und unübersichtlich wirkt
- Eine kurze URL erleichtert die korrekte Eingabe der Adresse in die Adressleiste, sodass Tippfehler vermieden werden
- Suchmaschinen können Seiten mit kürzeren URLs effektiver indizieren und so leichter von Nutzer:innen gefunden werden
- Ein zusätzlicher Bonus ist, dass eine kürzere URL auch eher in die Zeichenbeschränkungen sozialer Medien passt und beim Teilen immer noch verwendbar ist.

Beispiel:

<https://deineseite.de/gewuerze/dip-set>





05 H1-ÜBERSCHRIFT

Der H1-Tag einer Website spielt eine wichtige Rolle bei den organischen Rankings. Es ist die auffälligste Überschrift auf einer Seite, daher ist es entscheidend, dass sie den Inhalt der Seite, sowie die Keywords genau wiedergibt. Die richtige Optimierung kann daher Ihr SEO-Ranking im Laufe der Zeit erheblich verbessern wird.

5.1 Was bedeutet H1?

Der H1- Tag ist eine HTML-Überschrift, die als Titel einer Website fungiert. Neben der H1 gibt es noch die H2- H6- Überschriften, wobei die H1 die größte und relevanteste und H6 die kleinste und unbedeutendste Überschrift ist. Da die Überschriften hierarchisch gegliedert werden, darf keine H Nummer übersprungen werden.

Übrigens: Der H1 Tag wird nur einmalig vergeben, H2-H6 hingegen dürfen mehrmals gesetzt werden.

`<h1> PAGE TITLE</h1>`

`<h2> SUBHEADING</h2>`

`<h3> SUB-SUBHEADING</h3>`



`<h3> SUB-SUBHEADING</h3>`

`<h1> PAGE TITLE</h1>`

`<h2> SUBHEADING</h2>`



Wie auch schon beim Thema Title Tag beschrieben wurde, wird seit einiger Zeit beobachtet, dass Google nicht den hinterlegten Title Tag ausspielt. Google beschreibt, dass die Title Tags zu 80% weiterhin verwendet werden.



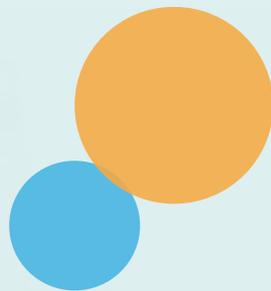
Der Fokus bleibt damit auf den HTML-Title-Tags. Um auch auf die restlichen 20% gut vorbereitet zu sein, lohnt es sich also, die Überschriften, insbesondere die H1-Überschrift, optimal zu verfassen.

5.1 Der Fahrplan zur optimalen H1-Überschrift

Die perfekte H1-Überschrift für eine Webseite oder einen Blogbeitrag zu erstellen, kann eine schwierige Aufgabe sein, ist aber unerlässlich, um sicherzustellen, dass die Leser*innen und Suchmaschinen das Hauptthema und die Botschaft der Seite verstehen.

Bei der Gestaltung der H1-Überschrift gibt es ein paar Punkte, die dringend beachtet werden sollten:

- H1 Tag wird nur einmalig vergeben
- Die Überschrift sollte kurz und aussagekräftig sein
- Das Interesse soll geweckt werden
- Das Hauptkeyword sollte platziert werden
- Das Kernthema des Artikels sollte wiedergegeben werden
- Der Title Tag sollte mit der H1 abgeglichen werden, da die Suchenden durch den Title Tag in den SERPs überzeugt wurden und irritiert wären, wenn die H1-Überschrift gänzlich anders klingen würde



INTERNE VERLINKUNGEN

Die Bedeutung der internen Verlinkung



Interne Links sind ein wesentlicher Bestandteil jeder erfolgreichen SEO Strategie und stehen gerne mal im Schatten von Backlinks. Dabei ist die interne Verlinkung einer der mächtigsten Stellschrauben überhaupt, um das Ranking einer Website auch langfristig zu verbessern. Interne Links verbinden zusammenhängende Inhalte, erhöhen die Autorität und Relevanz jeder Seite und geben Link-Juice zwischen Seiten weiter, was es für Suchmaschinen einfacher macht, eine Website effizienter zu crawlen und zu indexieren.

Außerdem hilft die Verlinkung zu verwandten Seiten den Nutzer*innen, indem sie mehr Kontext und weitere Informationen zu dem gesuchten Thema liefert. Dies wiederum kann zu einem erhöhten Engagement der Nutzer*innen führen, was ein Schlüsselfaktor für erfolgreiches SEO ist.

Das Beste ist: Das mächtige SEO Werkzeug der internen Links liegt komplett im eigenen Handlungsbereich!

Welche Art von Links gibt es?

- Externe Links (Backlinks)
- Eingehende Hyperlinks, die von einer anderen Domain stammen und auf die eigene Website verlinken (www.meineseite.de verlinkt zu www.deineseite.de).
- Interne Links
- Hyperlinks, deren Ziele die gleiche Domain haben, die also innerhalb einer Website von einem Artikel zum anderen verlinken (www.deineseite.de/gewuerze verlinkt zu www.deineseite.de/die-wirkung-von-zimt).
- Ausgehende Links
- Links, die von der eigenen Website auf eine andere Website verweisen (www.deineseite.de verlinkt zu www.meineseite.de).

Grundsätzlich sind Links nichts anderes als Querverweise, die z. B. in wissenschaftlichen Publikationen zum Alltag gehören. Google hat sich das zum Vorbild gemacht: Jeder gesetzte Link, egal welcher Natur, ist eine aktive Empfehlung der verweisenden Seite. Je mehr Empfehlungen eine Webseite erhält, desto besser!

Und: Je relevanter die verweisende Seite, desto relevanter ist auch die Verlinkung und erhöht dementsprechend auch die Relevanz der verlinkten Seite.

6.1 Wie erhöhen die internen Verlinkungen die CTR?

Ein gern missachteter Faktor ist die erhöhte Sichtbarkeit.

<https://www.hanseranking.de> › seo-agentur

SEO Agentur Hamburg ⇒ Beratung | Strategie | Umsetzung

Bessere Rankings, mehr Traffic & höherer Umsatz ⭐ Local SEO, E-Commerce SEO, Corporate SEO, OnPage & OffPage SEO ⭐ kostenfreie Beratung!

★★★★★ Bewertung: 4,8 · 687 Rezensionen ⓘ

- Vorteile mit Hanseranking... - Was macht eine gute SEO...

← **Resultat interner Verlinkungen**

<https://www.hamed.de> › Leistungen › SEO

Experte & SEO Agentur Hamburg - Hamed Farhadian

SEO Hamburg: SEO Experte + Agentur = Top-Rankings bei Google ✓ Berater & Spezialist für Suchmaschinenoptimierung ▶ Jetzt SEO optimieren!

Ansicht eines optimierten Rich Snippets im Vergleich zu eines einfachen Suchergebnisses.



<https://www.hanseranking.de> › seo-agentur

SEO Agentur Hamburg ⇒ Beratung | Strategie | Umsetzung

Bessere Rankings, mehr Traffic & höherer Umsatz ⭐ Local SEO, E-Commerce SEO, Corporate SEO, OnPage & OffPage SEO ⭐ kostenfreie Beratung!

★★★★★ Bewertung: 4,8 · 687 Rezensionen

- Vorteile mit Hanseranking... - Was macht eine gute SEO...

<https://www.hamed.de> › Leistungen › SEO

Experte & SEO Agentur Hamburg - Hamed Farhadian

SEO Hamburg: SEO Experte + Agentur = Top-Rankings bei Google ✓ Berater & Spezialist für Suchmaschinenoptimierung ▶ Jetzt SEO optimieren!

Ansicht eines optimierten Rich Snippets im Vergleich zu eines einfachen Suchergebnisses.

In diesem Beispiel lässt sich gut erkennen, wie viel Platz das Snippet von Hanseranking im Sichtfeld einnimmt.

Kurz gesagt: Darum geht es!

Eine wirkungsvolle Präsenz ist der Schlüssel! Wenn Sie dafür sorgen, dass Ihr Serp-Design aus der Konkurrenz heraussticht, können Sie nicht nur die Sichtbarkeit erhöhen, sondern auch die Kund*innen dazu bringen, sich für Ihr Angebot zu entscheiden. Denn eine gute Sichtbarkeit in den SERPs ist für jedes Unternehmen, das seine Reichweite erhöhen, Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei potenziellen Kunden aufbauen und letztlich den Umsatz steigern möchte, von enormer Bedeutung.

Tipp: Eine bewährte Praxis für die Anzeige interner Verlinkungen in den Suchergebnissen ist die Verwendung von Inhaltsverzeichnissen. Dort verwendet Google sehr gerne einzelne Jumplinks in den SERPs.

FAZIT

Insgesamt lässt sich sagen, dass es viele verschiedene Möglichkeiten gibt, um die Klickrate von organischen Suchergebnissen zu maximieren. Durch eine gezielte Optimierung von Titel und Description, Rich Snippets, URL Struktur, H1-Überschriften und interner Verlinkung können Website-Betreiber das Ranking ihrer Seiten verbessern und dadurch mehr Traffic generieren.

Es ist erfreulich zu sehen, dass es viele bewährte Methoden gibt, die dabei helfen können, die Sichtbarkeit und Reichweite einer Website in den Suchmaschinenergebnissen zu steigern. Auch wenn es keine Garantie für Erfolg gibt, sind diese Optimierungen in der Regel relativ einfach umzusetzen und können signifikante Ergebnisse liefern.

Obwohl die Konkurrenz in der digitalen Welt stetig wächst, sollte man nicht den Mut verlieren. Google entwickelt sich kontinuierlich weiter und bietet immer wieder neue Möglichkeiten, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Wenn man sich also regelmäßig mit den neuesten Entwicklungen und Trends in der Suchmaschinenoptimierung auseinandersetzt und seine Webseite kontinuierlich optimiert, ist es durchaus möglich, die organische Sichtbarkeit und somit auch den Traffic auf der eigenen Webseite zu steigern.

Es ist also durchaus berechtigt, optimistisch in die Zukunft zu blicken und zu hoffen, dass es mit der organischen Sichtbarkeit bald besser wird. Mit den richtigen Strategien und Maßnahmen ist es möglich, die eigene Webseite auf die vorderen Plätze in den Suchergebnissen zu bringen und somit eine höhere Sichtbarkeit und mehr Traffic zu erreichen.



Jennifer Buttkus

SEO MANAGERIN

[Mehr über
die Autorin](#)

DEINE KOSTENLOSE SEO BERATUNG

[Kontakt
aufnehmen](#)



INTERESSIERST DU DICH FÜR EINE PERSÖNLICHE SEO BERATUNG?

SEO hilft Dir dabei, die Sichtbarkeit in den organischen Suchergebnissen zu verbessern. Wer wünscht sich nicht infolge einer besseren Auffindbarkeit im Internet, höhere Umsätze zu generieren? Diese Marketing Disziplin sollte demnach ein elementarer Baustein Deines Online Marketing Mix sein: Sie ist essentiell für Deinen digitalen Erfolg.

Lass Dich von unseren SEO Expert*innen über Deine Möglichkeiten beraten. In einem individuellem Beratungsgespräch finden wir gemeinsame Lösungsansätze für Deinen Erfolg im Internet. Und das Gute daran, kostenfrei und unverbindlich!

DEINE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Sorge für eine bessere Sichtbarkeit Deiner Website
- Akquiriere Deine neuen Kunden über Google
- Locke mehr Besucher*innen auf Deine Website
- Steigere langfristig Deinen Umsatz

[Kontakt
aufnehmen](#)