

# DIE 21 GRÖSSTEN SEO-MYTHEN



ONLINE  
PASSIV

GELD VERDIENEN



VERSCHWENDE KEINEN WEITEREN MOMENT  
MIT TAKTIKEN, DIE NICHT FUNKTIONIEREN.

# INHALTSVERZEICHNIS

## Einführung

### Mythos Nr. 1

"Ich muss meine Website bei Google anmelden."

### Mythos #2

"Mehr Links sind besser als mehr Inhalt."

### Mythos #3

"Keywords sind wichtiger als alles andere."

### Mythos Nr. 4

"Eine sichere Website ist nicht wichtig für SEO."

### Mythos Nr. 5

"Du solltest nicht auf andere Websites verlinken."

### Mythos Nr. 6

"Meta-Beschreibungen haben einen großen Einfluss."

### Mythos Nr. 7

"Pop-ups schaden immer meinem Ranking."

### Mythos Nr. 8

"SEO ist etwas, das ich an die IT-Abteilung abgeben sollte."

### Mythos Nr. 9

"Du kannst nur ein H1 pro Seite haben."

### Mythos Nr. 10

"Meine Homepage braucht eine Menge Inhalt."

### Mythos Nr. 11

"Je mehr Seiten ich habe, desto besser."

### Mythos Nr. 12

"Ein gutes Benutzererlebnis ist ein zusätzlicher Bonus".

### Mythos Nr. 13

"Lokale SEO spielt keine Rolle mehr".

### Mythos Nr. 14

"Bilder müssen nicht optimiert werden."

### Mythos Nr. 15

"Ich brauche keine mobile Strategie."

### Mythos Nr. 16

"Das Alter meiner Domain hilft mir beim Ranking."

### Mythos Nr. 17

"Google ist nachtragend."

### Mythos Nr. 18

"Videos haben keine SEO-Vorteile."

### Mythos Nr. 19

"Ich brauche nur Traffic von Google."

### Mythos Nr. 20

"Keywords mit geringem Volumen sind es nicht wert."

### Mythos Nr. 21

"Call Tracking schadet der SEO, weil es den NAP beeinflusst."



# EINLEITUNG

Wie alle Bereiche der Tech-Industrie entwickelt sich auch SEO ständig weiter und wird immer komplexer. Wenn du deine Zielgruppe online erreichen willst und Besucher auf deine Website und Angebote lenken willst, ist SEO eine riesige Chance.

Angesichts der ständigen Veränderungen in der Suchmaschinenoptimierung ist es eine echte Herausforderung, eine effektive SEO-Strategie zu entwickeln und zu pflegen, die am besten zu deinen Anforderungen passt.

Grade wenn man grade mit SEO anfängt, steht man natürlich vor unzählige Fragen. Und wie es im Internet nun einmal so ist, findet man zu diesen Fragen viele veraltete Informationen, Halbwahrheiten und Mythen. Und genau mit diesen Mythen möchte ich hier einmal aufräumen und dir damit wirklich viele Umwege und verschwendete Ressourcen auf deinem Weg zu mehr Sichtbarkeit, Traffic und besseren Rankings ersparen.

**Also viel Spaß!**

-Carl Geisler

# MYTHOS #1

## "Ich muss meine Website bei Google einreichen"

Die Vorstellung, dass du deine Website bei Google einreichen musst, um in den Suchergebnissen zu erscheinen (oder zu ranken), ist Unsinn. Google findet Inhalte selbst, indem es Bots einsetzt - sogenannte "Webcrawler" -, die das Internet ständig nach Inhalten durchsuchen, die indexiert werden sollen.

Wenn du jedoch Änderungen an bestehenden Webseiten vornimmst oder neue Seiten erstellst, kannst du  
kannst du eine aktualisierte Sitemap deiner Website an Google übermitteln, damit die Crawler deine Inhalte schneller finden.



# MYTHOS #2

## "Mehr Links sind besser als mehr Inhalt."

In der Vergangenheit war es üblich, so viele Links wie möglich aufzubauen, ohne die verlinkende Domain zu analysieren.

Auf diese Weise konnte man sicher sein, dass die eigene Website besser platziert wird.

Auch heute noch ist der Linkaufbau ein wichtiger Bestandteil der Rankingfaktoren. Das liegt daran, dass ein Link zu einer anderen Website mehr als nur ein Link ist - er ist ein Vertrauensbeweis, eine Empfehlung, eine Möglichkeit für Verlage, ihren Lesern zu sagen: "Das ist eine Quelle, der ich vertraue. Überprüfe sie selbst."

Deshalb ist es wichtig, sich auf die Qualität der Links zu konzentrieren, die du erhältst, und nicht auf die Quantität. Manchmal kann weniger mehr sein, wenn du genau weißt, wie du Links richtig aufbaust.

Wenn du dich zwischen einer Investition in den Linkaufbau und der Erstellung von Inhalten entscheiden musst denke daran:

Eine der wichtigsten Methoden, um hochwertige Backlinks zu generieren, ist die Erstellung hochwertiger Inhalte.



# MYTHOS #3

## "Keywords sind wichtiger als alles."

Durch den Anstieg der mobilen und sprachgesteuerten Suche sind die Suchanfragen immer mehr und mehr konversationell. Die Updates von Google in den letzten 2-3 Jahren haben sich darauf konzentriert diese Art von Suchanfragen durch natürliche Sprachverarbeitung besser zu verstehen, vor allem mit der Einführung von Hummingbird im Jahr 2013.

Die Einführung dieses neuen Suchalgorithmus, der damit begann, Phrasen zu analysieren, anstatt sich nur auf Schlüsselwörter zu verlassen, bedeutete einen Wechsel zu themenorientierter SEO.

Was bedeutet das für SEO? Die traditionelle Sichtweise von "Keywords" in der Suche hat sich verändert.



# MYTHOS #3

## "Keywords sind wichtiger als alles."

Während es vor ein paar Jahren vielleicht 10-20 "große Keywords" gab, die für ein gesucht wurden, gibt es jetzt Hunderte oder Tausende von Long-Tail-Varianten, die regelmäßig innerhalb eines Themas gesucht werden und sich je nach Standort ändern.

Es reicht nicht mehr aus, nur ein paar Wörter zu beherrschen, um erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen.

Statt sich auf Keywords zu versteifen, emporhielt sich eine Themencluster-Strategie.

Dieser Ansatz für die Erstellung von Inhalten stellt die Leser in den Mittelpunkt und hilft ihnen

Inhalte zu finden, nach denen sie suchen, unabhängig von den genauen Keywords, die man verwendet.



# MYTHOS #4

## "Eine sichere (HTTPS-verschlüsselte) Seite ist nicht wichtig für SEO."

Ist dir schon mal aufgefallen, dass einige URLs mit "http://" beginnen, während andere mit "https://" BEGINNEN? Vielleicht ist dir das zusätzliche "s" aufgefallen, als du auf Websites unterwegs warst, die die Weitergabe sensibler Daten erfordern, z. B. wenn du Rechnungen online bezahlst.

Einfach ausgedrückt bedeutet das zusätzliche "s", dass deine Verbindung zu dieser Website verschlüsselt ist, damit Hacker keine deiner Daten abfangen können. Die Technologie, die hinter diesem kleinen "s" steckt, heißt SSL, was für Secure Sockets Layer steht.

Im August 2014 gab Google bekannt, dass es HTTPS als ein Signal in seinen Ranking-Algorithmen zu verwenden. Damals bedeutete dies, dass deine Website, die immer noch mit dem HTTP basierte, konnte dies zu einer Verschlechterung deines Rankings führen.





# MYTHOS #4

## "Eine sichere (HTTPS-verschlüsselte) Seite ist nicht wichtig für SEO."

Im Oktober 2017 veröffentlichte Google dann eine neue Version seines beliebten Chrome

Browsers, die Version 62. Damals wurden die Nutzer gewarnt, dass ihre Seite ein Formular enthält, aber kein SSL aktiviert war und bekamen neben der URL den Hinweis "nicht sicher" angezeigt.

Aus der SEO-Perspektive hat Google öffentlich erklärt, dass zwei Websites, die sonst in den Suchergebnissen gleich sind, einen leichten Ranking-Boost erhalten können, wenn die eine SSL aktiviert hat.

Ganz zu schweigen davon, dass bis zu 85 % der Menschen angeben, dass sie nicht weitersurfen, wenn eine Website nicht sicher ist.

Es gibt also einen klaren SEO-Vorteil, wenn du SSL auf deiner Website und in allen deinen Inhalten aktivierst.



# MYTHOS #5

## "Du solltest keine Links zu anderen Websites verlinken."

Biete einen Mehrwert. Wenn du Inhalte für das Internet erstellst, sollte das die Motivation sein die dahinter steckt. Und wenn das bedeutet, dass du auf eine andere Website als deine eigene verlinken musst, um zusätzliche Informationen zu liefern, ist das kein Grund zur Sorge.

"Wenn du auf natürliche Weise von deiner Website auf andere Seiten verlinkst, die einen zusätzlichen Wert und mehr Kontext bieten, dann ist das in Ordnung und du musst nichts Besonderes tun", erklärt Google Webmaster John Mueller.

Es gibt allerdings ein paar Ausnahmen. Wenn du auf eine Website verlinkst, um einen Link zurückzubekommen oder in deinen Kommentaren verlinkst, ist dieser Link normalerweise nicht so kontextbezogen oder wertvoll wie ein natürlicher Link. In diesen Fällen empfiehlt Mueller die Verwendung des `rel="nofollow"`-Attributs.



# MYTHOS #6

## "Meta-Beschreibungen haben einen großen Einfluss auf das Suchranking."

Meta-Beschreibungen - die kurzen Seitenbeschreibungen, die in den Suchergebnissen unter dem Titel erscheinen - dienen nicht als offizieller Rankingfaktor für Suchmaschinen.

Allerdings können diese Beschreibungen beeinflussen, ob deine Seite angeklickt wird oder nicht - deshalb sind sie wichtig, wenn du On-Page-SEO betreibst.

Meta-Beschreibungen können auch in die sozialen Medien kopiert werden, wenn dein Inhalt geteilt wird.

Sie kann also auch dort zu Klicks führen.

Das macht eine gute Meta-Beschreibung aus:

- Halte sie unter 160 Zeichen, obwohl Google längere Meta-Beschreibungen zulässt - bis zu 220 Zeichen.

Beschreibungen erlaubt - bis zu 220 Zeichen. (Hinweis: Bei mobilen Geräten werden Meta-Beschreibungen bei 120 Zeichen abgeschnitten.

Zeichen.)

- Füge dein gesamtes Keyword oder deine Keyword-Phrase ein.

# MYTHOS #7

## "Pop-ups schaden immer meinem Ranking in der Suche."

Um mit SEO Geld zu verdienen ist es wichtig, unseren Website-Besuchern eine möglichst angenehme Erfahrung zu bieten - und gleichzeitig wollen wir auch Leads und Verkäufe generieren.

Um diese Leads zu generieren, haben viele Marketingfachleute Pop-up-Formulare auf ihren Webseiten platziert.

(Immerhin funktionieren Pop-ups.) Aber der Missbrauch von Pop-ups hat zu einer großen Kontroverse darüber geführt ob Werbetreibende sie wirklich verwenden sollten.

Sogar Google musste sich einmischen und kündigte im August 2016 an, dass sie Websites bestrafen werden, die so genannte "aufdringliche Interstitials" verwenden. (Ich nenne sie auch "beschissene Pop-ups".) Diese Strafe wurde schließlich im Januar 2017 eingeführt.



# MYTHOS #7

## "Pop-ups schaden immer meinem Ranking in der Suche."

Für Werbetreibende ist das Schlüsselwort hier "aufdringlich". Google straft nicht alle Pop-ups ab - nur diejenigen, die die Nutzer daran hindern, den Inhalt der Seite leicht zu erreichen.

So werden zum Beispiel Pop-ups, die ein mobiler Nutzer erst ausblenden muss, bevor er auf den Hauptinhalt der Seite zugreifen kann, dein Ranking negativ beeinflussen. Auf der anderen Seite können Pop-ups (einschließlich Bannern und Slide-Ins), die einen angemessenen Platz auf dem Bildschirm einnehmen und das mobile Nutzererlebnis nicht stören, problemlos verwendet werden

Wenn sie so eingesetzt werden, dass sie hilfreich und nicht störend sind, können Pop-ups ein gesunder Teil deiner SEO-Strategie sein. Achte darauf, dass deine Pop-ups etwas Wertvolles und Relevantes für die Nutzer bietet, um das Nutzererlebnis nicht zu beeinträchtigen.



# MYTHOS #8

## "SEO ist nur Technik."

Auch wenn Suchmaschinenoptimierung ziemlich technisch sein kann, ist sie bei weitem nicht nur technisch.

Um eine effektive SEO-Strategie zu entwickeln, braucht man heute nicht nur die technischen Aspekte, sondern auch um die Entwicklung von hochwertigen Inhalten, Linkaufbau, PR und vieles mehr.



# MYTHOS #9

## "Du kannst nur eine H1 pro Seite haben."

Beginnen wir damit, zu verstehen, warum Überschriften für Google nützlich sind. Um das zu tun, gehen wir gehen wir direkt zur Quelle: "Wir nutzen Überschriften, um den Kontext der verschiedenen Teile einer Seite besser zu verstehen", erklärt Google WebMaste John Mueller.

Auf die Frage, welche Auswirkungen mehrere H1-Überschriften auf die Suchmaschinenoptimierung haben, gibt Mueller den folgenden Ratschlag:

"Denke an deine Nutzer. Wenn du Möglichkeiten hast, deine Inhalte für sie zugänglicher zu machen, sei es durch mehrere H1-Überschriften oder andere Standard-HTML-Konstrukte, dann wird das nicht deinen SEO-Bemühungen im Weg stehen."



# MYTHOS #10

## "Meine Homepage braucht eine Menge Inhalt."

Hast du schon mal eine Homepage gesehen, die mit Texten überladen ist? Oder, im umgekehrten Fall, eine Homepage, die kaum Inhalt hat?

Betrachte deine Homepage als das Tor zu deiner Website. Das ist deine Chance, einen ersten Eindruck zu hinterlassen und zu vermitteln, worum es bei dir geht.

Vielleicht ist dein Wertversprechen in der Einfachheit - in diesem Fall ist eine simple übersichtliche Homepage besser.

Die meisten Websites brauchen jedoch etwas mehr Inhalt und Kontext.

Der Inhalt deiner Homepage sollte lang genug sein, um zu verdeutlichen, wer du bist und was du tust,, dein Leistungsversprechen und was die Besucher als nächstes tun sollten.

Die Besucher sollten zufrieden, nicht überwältigt oder unterfordert sein - und schon gar nicht verwirrt.





# MYTHOS #11

## "Je mehr Seiten ich habe, desto besser."

Manche Leute glauben, dass du mehr Besucher auf deine Website bekommst, wenn du mehr Seiten hast.

Genau wie beim Linkbuilding reicht es nicht aus, Inhalte zu erstellen, nur um mehr Seiten zu haben.

Achte darauf, dass du dich nicht nur auf die Quantität, sondern auch auf die Qualität konzentrierst. Wenn du keine guten Inhalte hast, wirst du nicht gut ranken und all die Seiten, die du erstellt hast, werden dir nicht helfen.

Auf die Frage nach den drei wichtigsten Faktoren, die eine Website besser auffindbar machen, antwortet Martin Splitt, Analyst für Google WebMaster Trends:

"Du musst wirklich gute Inhalte haben. Und das bedeutet, dass du Inhalte hast, die einen Zweck für den Nutzer erfüllt. Es ist etwas, das die Nutzer brauchen und wollen", sagt Splitt.



# MYTHOS #11

## "Je mehr Seiten ich habe, desto besser."

Natürlich würdest du logischerweise denken, dass du umso besser ranken würdest, je größer der Fußabdruck deiner Website ist - aber das stimmt nicht.

Erstens wird nicht alles, was du veröffentlichst, indexiert (und das zu Recht). Zweitens: Manchmal Seiten indiziert, aber sie bleiben nicht im Index. Zum Beispiel können Suchmaschinen deine Seite aus dem Index nehmen, weil sie den bereits indexierten Inhalten zu ähnlich ist.

Und drittens: Nur weil du Seiten im Index hast, heißt das nicht, dass sie auch qualifizierten Traffic und Leads bringen.

Wer sich bemüht, viele Seiten auf seiner Website zu haben, vernachlässigt leider oft die Qualität der Inhalte - und das kann schädlich sein.

Wichtig zu merken: Um Einbußen zu vermeiden, darf die Quantität niemals die Qualität überwiegen.



# MYTHOS #12

## "Ein gutes Benutzererlebnis ist ein zusätzlicher Bonus."

Als Google begann, seinen Nutzern bessere Ergebnisse zu liefern, konnte das Unternehmen mehr in seinen Suchalgorithmus investieren. Sie waren in der Lage, die Effektivität ihres Algorithmus qualitativ zu bewerten und dann quantitative Anpassungen an der Gewichtung der Ranking-Signale für bestimmte Suchintentionen vorzunehmen. Daher ist ein gutes Nutzererlebnis wichtiger denn je.

Das macht Sinn. Wenn Google dich auf eine Webseite schickt, will es sicherstellen, dass du dort ein gutes Erlebnis hast. Sie wollen ja schließlich sicherstellen, dass die Nutzer ein gutes Erlebnis haben und immer wieder zu Google zurückkehren.

Um das Nutzererlebnis auf deiner Website zu verbessern, solltest du dich auf Dinge wie die Ladezeit der Seite, Absprungrate, Verweildauer auf der Seite und Seitenaufrufe pro Besuch konzentrieren.

Solange du das oberste Ziel erfüllst, nämlich Inhalte zu erstellen, die leicht verdaulich sind und Spaß machen, werden die Ranking-Algorithmen der Suchmaschinen dafür sorgen, dass deine Inhalte organisch an die Spitze kommen.



# MYTHOS #13

## "Bilder müssen nicht optimiert werden."

Google verwendet sowohl URLs als auch Dateinamen, um Bilder zu verstehen, was die Optimierung zu einem teil des Auffindbarkeitsprozesses macht.

Lass uns mit den Grundlagen beginnen. Bei den von Google unterstützten Bildformaten solltest du dich an die folgenden halten: BMP, GIF, JPEG, PNG, WebP und SVG.

Der Alt-Text dient mehreren Zwecken. Zum einen macht der Alt-Text deine Bilder für diejenigen zugänglich, die sie nicht sehen können und sollte genau dafür optimiert werden. Außerdem hilft er Google, das Bild zu verstehen.

Das bedeutet nicht, dass du einen Haufen Keywords in den Alt-Text stopfen solltest. Sondern stattdessen solltest du einen beschreibenden Dateinamen verwenden, der deutlich macht, was das Bild zeigt. Zum Beispiel: "Vanilleeis mit Regenbogenstreuseln" statt "Eis".

Um die Auffindbarkeit von Bildern in den Ergebnissen der Bildersuche weiter zu optimieren, solltest du eine Bild-Sitemap verwenden. Dadurch erhält Google mehr Informationen über deine Bilder und kann Bilder entdecken, die sie sonst nicht finden würde. Außerdem solltest du semantisches HTML-Markup - `<img>` oder `<picture>` - verwenden, damit Google deine Bilder verarbeiten kann.



# MYTHOS #13

## "Bilder müssen nicht optimiert werden."

Zum Schluss noch ein Wort zur Bildkomprimierung. Google belohnt Seiten mit schneller Seitengeschwindigkeit und setzt Seiten, die langsamer sind, in der Rangliste nach unten.

Deshalb ist es wichtig, dass du sicherstellst, dass deine Seiten so schnell wie möglich geladen werden. Einer der Hauptverursacher für Verzögerungen sind große Fotos.

Wenn das Foto, das du hochgeladen hast, zu groß ist, dauert das Laden der Seite länger.

Auch wenn das Bild auf dem Bildschirm nicht riesig wirkt.

Wenn du ein Foto ausgewählt hast, benutze eine kostenlose Komprimierungssoftware wie Squoosh.app, um es so klein wie möglich zu machen, bevor es an Qualität verliert. Das Entfernen von überflüssigen Daten beschleunigt Ladezeiten, damit die Leser nicht warten müssen.



# MYTHOS #14

## "Ich brauche keine mobile Optimierungsstrategie."

Im Frühjahr 2015 hat Google ein Algorithmus-Update namens "Mobilegeddon" durchgeführt, das Googles Nutzung der Mobilfreundlichkeit als Ranking-Signal erweiterte. Das Update belohnt und bestraft Websites, die nicht vollständig für mobile Endgeräte optimiert sind, in den mobilen Suchergebnissen.

Heutzutage nimmt Google die mobile Suche noch ernster. Ab dem 1. Juli 2019 hat Google die mobile-first Indexierung standardmäßig für neue Websites einführen. Das bedeutet, dass Google die mobile Version deiner Website standardmäßig eher indexiert und bewertet als Desktop. Die Entscheidung für die Mobile-First-Indexierung lässt sich direkt auf das Nutzerverhalten zurückführen: Über 60 % der Google-Suchen werden über mobile Geräte durchgeführt.

Responsive Webdesign, Dynamic Serving und separate URLs sind die drei Umsetzungsmethoden, um eine mobilfreundliche Website zu erstellen. Wenn du dir nicht sicher bist, wie es um deine mobile Website bestellt ist, kannst du auch den Mobile-friendly Test von Google nutzen, um den Status deiner Website zu ermitteln und Ressourcen zur Verbesserung der mobilen Benutzerfreundlichkeit zu finden.



# MYTHOS #15

## "Das Alter meiner Domain wird mir helfen besser zu ranken"

Viele Menschen glauben, dass ältere Domains in den Suchergebnissen besser abschneiden oder von Google bevorzugt werden, nur weil sie alt sind. Laut Matt Cutts ist das Alter einer Domain jedoch ein ziemlich unbedeutender Faktor, vor allem, wenn eine Website schon zwei oder drei Monate alt ist.

Bei neuen Websites spielt das Domainalter eine etwas größere Rolle, da die meisten neuen Websites wenig Inhalt enthalten und es dauert eine Weile, bis sie eine wertvolle Ressourcenbasis aufgebaut haben, um indiziert zu werden.

Wenn du dir wegen einer Verzögerung Sorgen machst, empfiehlt Cutts, die gewünschte Domain zu kaufen und sie als "Coming Soon"-Seite zu starten, während du sie entwickelst.



# MYTHOS #16

## "Videos haben keine SEO Vorteile. "

Da YouTube die zweitgrößte Suchmaschine ist, können wir mit Sicherheit sagen, dass dies mit Sicherheit ein Mythos ist. Was muss man also über Videos wissen, wenn es um die SEO geht?

Nun, das Such- und Entdeckungssystem von YouTube hat zwei Hauptziele:

- 1) es den Zuschauern leicht zu machen, relevante Videoinhalte auf der Grundlage ihrer Suchanfragen zu finden
- 2) das langfristige Engagement auf der Plattform zu fördern. Und mit mehr als 400 Stunden an Videomaterial pro Minute, die auf die Plattform hochgeladen werden, arbeiten die YouTube-Maschinen rund um die Uhr, um diese Videos zu analysieren, zu sortieren und zu bewerten.





# MYTHOS #17

## "Videos haben keine SEO Vorteile. "

YouTube selbst erklärt: "Videos werden auf der Grundlage einer Reihe von Faktoren eingestuft.

Faktoren, wie z. B. wie gut der Titel, die Beschreibung und der Inhalt des Videos zu der Suchanfrage des Betrachters passen.

Darüber hinaus schauen wir uns an, welche Videos das meiste Engagement für eine Suchanfrage hervorgerufen haben, und stellen sicher, dass diese für die Betrachter leicht zu finden sind. Die Suchergebnisse sind keine Liste der meistgesehenen Videos für eine bestimmte Suchanfrage."

Hier ist eine kurze Liste von Elementen, die du für den Anfang optimieren solltest:

- Videotitel und -beschreibungen
- Kategorien und Tags
- SRT-Dateien
- Video-Thumbnails



# MYTHOS #18

## "Ich brauche nur Traffic von Google, um erfolgreich zu sein."

Traffic von anderen Seiten als Google ist entscheidend für dein Suchranking. Warum? Stell dir die Suchergebnisse wie einen Wettbewerb vor, bei dem die Gewinner die meisten Stimmen erhalten. Jede Webseite, die auf dich verlinkt, gilt als "Stimme" für deine Website, was deine Inhalte in den Augen von Google vertrauenswürdiger macht. Das wiederum lässt dich in den Suchergebnissen weiter nach oben rücken.

Es ist also gut, Beiträge zu schreiben, die andere Websites oder Publikationen in ihren eigenen Beiträgen verlinken wollen. Du kannst auch Beiträge anderen Websites verfassen, die auf deine Website verweisen.

Um die Verlinkbarkeit eines Blogbeitrags auf deiner Website zu erhöhen, solltest du wertvolle Informationen wie deine eigenen Daten, originelle Gedanken, Infografiken, Definitionen oder andere Fakten einfügen, die man sonst vielleicht nirgendwo findet.



# MYTHOS #18

## "Ich brauche nur Traffic von Google, um erfolgreich zu sein."

Hier ist ein Beispiel dafür, wie dir diese Denkweise helfen kann. Wenn du einen Beitrag schreibst mit dem Titel "Wie man Video-Tutorials erstellt" oder "13 Statistiken über Video-Tutorials", könnten größere Websites, die über etwas Ähnliches schreiben, Wörter wie "Video-Tutorials" oder "Forschung von [Name deiner Website]" mit deinem Beitrag verlinken, damit sie ihren Lesern mehr Kontext geben können, ohne deine Arbeit zu wiederholen.

Sobald du den Beitrag geschrieben hast, solltest du ihn an andere Publikationen oder Websites schicken, die ihn diskutieren oder mit ihren anderen Beiträgen verlinken möchten.

Auf diese Weise werden andere Publikationen auf den Beitrag aufmerksam gemacht, und du kannst in Zukunft mit ihnen Linkbuilding-Allianzen eingehen.

Du kannst auch Werbung machen, z. B. in Form von Interviews oder Gastbeiträgen, die auf den Blogbeitrag deiner Website verweisen, um den Linkaufbau weiter zu fördern. Diese Strategien können der Schlüssel für deinen SEO-Erfolg sein, aber sie können auch sehr zeitaufwendig sein.



# MYTHOS #19

## "Keywords mit geringem Such-Volumen sind es nicht wert, verfolgt zu werden."

Es ist zwar leicht, sich von glänzenden Keywords mit hohem Volumen ablenken zu lassen, aber zu einer effektiven Strategie für organische Inhalte geht es um mehr als nur um Zahlen.

Und die Auswahl von Keywords auf der Basis des Suchvolumens zu treffen, kann sich sogar negativ auf andere geschäftskritische Kennzahlen wie die Konversionsrate auswirken.

Sicherlich bringen Keywords mit geringem Volumen nicht so viel Traffic, aber sie können mehr Intention bieten - was letztendlich zu mehr qualifiziertem Traffic und Conversions führt.

Wenn du also das nächste Mal eine Keyword-Recherche durchführst, solltest du auf ein Gleichgewicht achten. Konzentriere dich auf breit angelegte Keywords mit hohem Volumen, mit denen du eine größere Zielgruppe erreichst, und auf spezifische Keywords mit geringem Volumen, die gut zu deinem Produkt oder deiner Dienstleistung passen.





**ONLINE  
PASSIV**  
GELD VERDIENEN

ONLINE-PASSIV-GELDVERDIENEN.DE



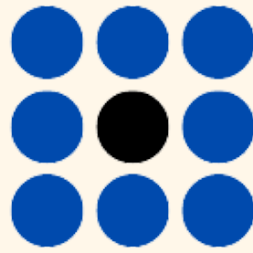
# FAZIT

Jetzt, da du die gängigen SEO-Mythen kennst, solltest du wissen, was du machen musst um wirkliche Ergebnisse zu erreichen.

Wenn du diese SEO-Wahrheiten verstehst, wirst du effektiver und effizienter mit deiner organischen Suchstrategie umgehen.

Wenn du eines aus diesem Leitfaden mitnehmen kannst, dann ist es dies: Mehr als alles andere geht es bei SEO um das Gesamterlebnis für den Suchenden, und dieses Erlebnis beginnt mit der Eingabe der Suchanfrage. Je besser ihre Erfahrungen mit dir sind - von deinem SERP-Eintrag bis hin zur Qualität und Relevanz der Inhalte auf deiner Website, bis hin zu der Leichtigkeit, mit der sie sich auf deiner Website bewege - desto besser wird auch deine Suchmaschinenoptimierung sein.





**ONLINE  
PASSIV**

GELD VERDIENEN

Kostenloses  
Beratungsgespräch  
Buchen

**ONLINE-PASSIV-  
GELDVERDIENEN.DE**

