

„SEO für Coaches“ – Webinar-Zusammenfassung

About

Prof. Dr. Jonas Polfuß unterstützt seit über 15 Jahren Firmen und Organisationen erfolgreich bei der Suchmaschinenoptimierung. Er hat bereits unzählige Top-Platzierungen auf Google realisiert, die langfristig deutlich kostengünstiger als bezahlte Anzeigen sind.

www.seo-agentur-essen.de

SEO im Überblick

Warum SEO? SEO hilft dabei, in die Top 10 der organischen Google-Suchergebnisse zu kommen – ohne laufende Kosten wie bei Google Ads. Sichtbarkeit auf Seite 1 bringt mehr Klicks und Vertrauen.

Wie funktioniert das Google-Ranking? Google bewertet Seiten (Domains) nach Alter, Qualität und Menge der Inhalte sowie der Autorität der Quelle. Diese Autorität hängt auch besonders damit zusammen, wie viele andere (gute Seiten) zu meiner Seite verlinken.

Was ist SEO? SEO ist eine Strategie, die Technik (z.B. Ladezeit), Inhalte (v.a. Texte und Bilder), Keywords (Suchbegriffe) und Verlinkungen (intern und extern) kombiniert, um besser gefunden zu werden. Gut optimierte Webseiten erzeugen mehr Besuche und Interaktionen, was langfristig das Ranking und den Marketing-erfolg einer Webpräsenz erhöht.

Bleibt SEO wichtig? Google verstärkt seit Jahren die Anzeigenpräsenz in den Suchergebnissen und auch die KI-Suchmöglichkeiten (von Google, ChatGPT, Perplexity etc.) werden immer besser; dennoch bleibt eine hohe Position in den organischen Suchergebnissen ausgesprochen wertvoll für Online-Marketing- und Vertrieb.

Geht es nur um Text? Webseiten-Texte sind nach wie vor das wichtigste Medium, um ein hohes SEO-Ranking zu erzielen, ein ansprechender Medienmix inkl. Bild und Video (mit korrekter Beschriftung) erhöht das Nutzungserlebnis auf der Webseiten, was Google belohnt.

Wie schnell wirkt SEO? Selbst neue Webseite können mit SEO in 5–6 Wochen deutlich präsenter werden; spezielle Keywords lassen sich meist in 6–8 Wochen mindestens in die Google-Top 10 bringen; abhängig vom jeweiligen Keyword-Suchvolumen und der SEO-Intensität sind ca. 6–12 Monate nötig, um monatlich 1.000+ Besuche zu erreichen.

SEO und Technik

Technisches SEO? Ein wichtiger Teil von SEO ist die technische Optimierung der Website. Dazu gehört vor allem die Ladegeschwindigkeit (Pagespeed), die Nutzererfahrung und die saubere technische Struktur.

Tools wie Google Lighthouse oder pagespeed.web.dev helfen, Schwachstellen zu erkennen und zu verbessern. Je schneller und technisch sauberer eine Seite ist, desto besser sind die Chancen auf ein gutes Ranking bei Google. Heutzutage muss eine Seite auch unbedingt für mobile Endgeräte optimiert sein, worüber immer mehr Suchanfragen kommen.

Welche Webseiten-Technik? Noch keine Website als Firma? Wenn ein Unternehmen noch keine Website hat, stehen (grob) drei Wege offen:

1. Baukasten-Systeme (z.B. Ionos, Strato, Wix, Jimdo, Webgo): Einfach, schnell, recht günstig – eignen sich gut für den Einstieg, aber oft eingeschränkte SEO-Anpassungen und teure Upgrades.
2. Open-Source-Lösungen (wie WordPress in Basisversion): Flexibel und erweiterbar – mit den richtigen Plugins lassen sich solide und mit (kostenpflichtigen) Upgrades und externen Tools/Plug-ins sehr gute SEO-Ergebnisse erzielen.
3. Websites von Web-Agenturen: Anfangs teurer, aber bestenfalls professioneller, teils mit WordPress-Basis – bieten meist sehr gute Voraussetzungen für SEO-Maßnahmen; aber bitte Vorsicht vor Abzocke.

Content und Keywords

SEO-Content besteht aus relevanten und gut strukturierten Texten – z.B. auf Produktseiten, in Leistungsbeschreibungen oder im Blog/Magazin/News-Bereich. Inhalte sollten sie einen Mehrwert bieten, verständlich sein und die Fragen der Zielgruppe beantworten.

Keywords sind die Suchbegriffe, die Nutzende bei Google eingeben. Sie bilden die Grundlage jeder SEO-Strategie. Zur Auswahl nutzt man:

- **Externe Tools** (z.B. kostenlos: Google Trends, Searchvolume.io, Keywordsheeter u.a.; kostenpflichtig: Übersuggest, Semrush, Ahrefs o.Ä.)
- **Interne Quellen** (z.B. Website-Statistiken, Kundengespräche, Konkurrenzanalyse)

2

Mit gezielter Keyword-Recherche lassen sich Bedürfnisse und (neue) Märkte verstehen, Themen besetzen und die eigene Reichweite strategisch ausbauen.

Keyword-Auswahl

Bei der Auswahl nicht nur den eigenen (Firmen- oder Produkt-)Namen oder selbst priorisierte Begriffe verwenden – sondern vor allem die Wörter, mit denen die Zielgruppe sucht. Keywords sollten service- oder produktbeschreibend sein (z.B. „Steuerberatung für Selbstständige“ statt nur „Steuerberatung“).

Je häufiger ein Begriff gesucht wird und je mehr Konkurrenz es gibt, desto schwerer ist es, bei Google weit oben zu erscheinen. Gerade bei starker Konkurrenz spezifizieren (z.B. statt „Coaching“ besser „Finanz-Coaching in München“ oder „Lebenscoaching für Frauen ab 40 mit mittlerem Einkommen“).

Es gilt, ausreichend große Nischen zu finden, bei denen die Chance auf ein gutes Ranking deutlich höher sind, und man genau die Zielgruppe anspricht, die wirklich passend ist und danach sucht.

Backlinks und SEO

Backlinks sind Verlinkungen von anderen Websites auf die eigene Seite – sie gelten als Vertrauenssignal für Google. Kurzum: Je mehr hochwertige Seiten auf die eigene verlinken, desto besser wird das Ranking. Hin- und Her-Verlinken zwischen zwei Seiten sollte aus SEO-Sicht eher vermieden werden.

Follow vs. No-Follow? Follow-Links geben SEO-Wert weiter, No-Follow-Links (z.B. in Online-Branchenverzeichnissen, Foren oder Kommentaren unter Artikeln) weniger. Trotzdem können No-Follow-Links wertvoll für Sichtbarkeit und Traffic sein.

Seitenwert? Ein Link von einer vertrauenswürdigen, themenrelevanten Seite (z.B. von einem Verband oder Fachblog, einem etablierten Online-Magazin oder Unternehmen, von einer Hochschule oder Forschungseinrichtung etc.) ist mehr wert als viele von irrelevanten oder schwachen Seiten.

Linkaufbau-Strategie

- Partnerfirmen, Freundeskreis etc. bitten, einen Link zur eigenen Webseite zu setzen.
- Eigene Inhalte erstellen, die gerne verlinkt werden (z.B. Ratgeber, Infografiken, kleine Studien).
- Gastbeiträge auf thematisch passenden Seiten platzieren, z.B. als Gastautorin anfragen, und als Dankeschön um einen Link bitten.
- Verzeichnisse, Branchenportale oder Pressearbeit nutzen (obwohl No-Follow-Links).
- Kooperationen und Partnerschaften (z.B. mit Verbänden, Firmen, Magazinen).

3

KI-Tools für SEO

Tools wie ChatGPT, Perplexity oder Claude können bei der Texterstellung, Recherche und Ideenfindung im SEO enorm helfen. Tools wie ZeroGPT und Quillbot sind recht verlässlich in der Lage, KI-Texte zu erkennen (Google kann das auch und unterstützt reine KI-Texte im SEO nur bedingt).

SEO-Texte sollen nicht nur sauber optimiert, sondern auch *authentisch, glaubwürdig und menschlich* sein.

Die aktuelle KI-SEO-Empfehlung lautet daher:

- KI für Struktur, Rohtexte, Inspiration, Überarbeitungen etc. nutzen.
- Menschlich überarbeiten: echte Erfahrungswerte, Praxisbeispiele, persönliche Sprache usw. einbauen.
- Regelmäßig prüfen, ob der Inhalt und Ton zur Marke und Zielgruppe passt.

KI und Google – seit dem KI-Boom sind aus Google-Sicht echte Menschen mit Fachwissen und Erfahrung gefragt denn je. Was hilft: Autor:innen klar benennen, persönliche Einblicke und Beispiele einbauen, fundiert und glaubwürdig schreiben. Zeigen, dass echte Profis hinter den Inhalten stehen – das stärkt Ranking und Vertrauen.

Optimierung für die KI-Suche

Auch wenn Google voraussichtlich weiterhin die wichtigste Suchmaschine bleibt, lohnt sich zunehmend die Optimierung für KI-basierte Suchen wie ChatGPT und Perplexity. In der Regel schneiden Webseiten, die mit klassischem SEO für Google optimiert wurden auch gut in den KI-Suchen ab.

Neben moderner Technik und hochwertigen SEO-Verlinkungen wird für die KI-Auffindbarkeit empfohlen, weitere positive Signale aus dem Internet zu organisieren. Dazu gehören vor allem Erwähnungen in Fachmedien, Foren und sozialen Medien (besonders LinkedIn u.Ä.).

Ideal ist es, wenn man als Expert:in wie folgt präsent ist:

- Leistung in Rankings der besten Dienstleistenden (der Branche/Region)
- Erwähnungen als Autorität in Fachartikeln von Branchenmedien
- Aktive Beteiligung als Expert:in an Fachdiskussionen im Internet
- Regelmäßige Keyword-Sichtbarkeit und Zitate in sozialen Medien

Wichtig: Diese Optimierungen werden ohnehin von modernen SEO-Agenturen empfohlen!

Eine Besonderheit der KI-Optimierung besteht darin, dass nicht nur die eigene Webseite verbessert wird, sondern auch der eigene Name (Person oder Firma) strategisch im Internet positioniert werden sollte, ohne dass jedes Mal die Webseite verlinkt werden muss.

Die eigene Präsenz in den KI-Suchen lässt mit eigenen Anfragen (am besten mit anonymer Suche und unterschiedlichen Geräten) nachvollziehen. Darüber hinaus bieten fortschrittliche SEO-Tools die Möglichkeit, die Häufigkeit der Erwähnungen in ChatGPT etc. zu prüfen.

4

SEO-Geheimtipps

Wie wird aus einer Website ein Werkzeug zur Kundengewinnung – automatisch, smart und mit echtem Mehrwert?

- **Content optimieren** – hilfreich sind Inhalte, die wertvolles Wissen liefern und gleichzeitig Abschlüsse wahrscheinlicher machen (z.B. Checklisten und Kauftipps)
- **Freebies anbieten** – ein kostenloser Leitfaden oder ein kurzes E-Book zum Download gegen die E-Mail-Adresse – ideal, um z.B. ins Gespräch zu kommen und den Newsletter aufzubauen.
- **Newsletter nutzen** – mit regelmäßigen Inhalten bleiben Interessierte dran – und kehren häufiger auf die Website zurück, was das Ranking verbessern kann. Hierbei bitte rechtliche Aspekte beachten (Double Opt-in etc.)
- **Termin-Buchungstool** integrieren – so können Interessierte, einfach und direkt, online einen Termin buchen und hinterlassen ihre Kontaktdaten.

Weitere Lektüre

<https://www.seo-agentur-essen.de/seo-freiberufler-kleine-unternehmen-webseite-vertriebstool>

<https://www.seo-agentur-essen.de/ki-seo-2024-und-neue-chancen-im-digitalen-marketing>

<https://www.seo-agentur-essen.de/tipps-checkliste-lokales-seo>

<https://www.seo-agentur-essen.de/lokale-suchmaschinenoptimierung-essen>

<https://www.regenreich.com/blog/lokales-seo-andere-staedte-regionale-erweiterung>

<https://www.regenreich.com/blog/seo-agentur-aus-muenster-wie-lange-dauert-seo-2024>

<https://www.regenreich.com/blog/seo-mehr-verkaeufe-start-ups-suchmaschinenoptimierung-leads>

Noch Fragen? Gerne!

Prof. Dr. **Jonas** Polfuß

Mobil: 015157331382

jp@seo-agentur-essen.de

www.seo-agentur-essen.de

