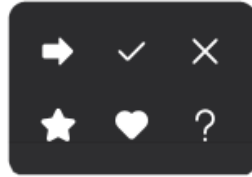
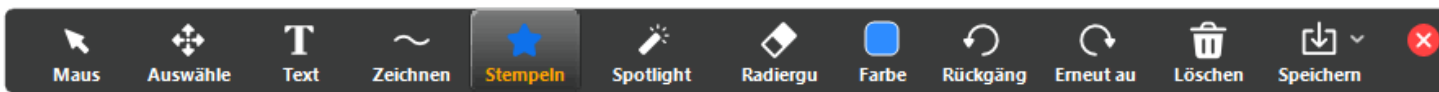




Website-Optimierung mit der Google Search Console



- Online-Marketing Spezialistin
 - Dipl. Kommunikationswirtin (BAW)
 - Online-Marketing Manager (IHK)
- Spezialgebiete
 - SEO (SEO-Audits, Website-Relaunches, SEO-Kampagnen)
 - Google Ads / Google Analytics
 - Social Media-Strategien
- Schulungen und Workshops
- Autorin diverser Bücher und Fachbeiträge



Check-In

- Ich setze die GSC noch nicht ein
- Ich setze die GSC schon ein und nutze sie ein wenig
- Ich nutze die GSC bereits intensiv
- Ich habe auch Google Analytics
- Ich setze auch weitere SEO-Tools ein

Ist die GSC ein Tool für alle Fälle?

SEO: viele Aspekte, viele SEO-Tools

All-in-One-Tools	Ranking-Checker	Keyword-Recherche	Browser-Plugins	Weitere Tools
<ul style="list-style-type: none">• Smart Sistrix• Ryte*• Seobility*• Seorch• Google Search Console	<ul style="list-style-type: none">• Ranking Spy• What's my SERP• Ranking Live-Check-Tool (Keywordtools.org, auch zur Keyword-Recherche)	<ul style="list-style-type: none">• Keywordtools.org• Hypersuggest• Keyword.io• Answer the Public• AlsoAsked.com• Google Trends	<ul style="list-style-type: none">• SEO-Quake• SEO-Meta in One Click• Google Lighthouse	<ul style="list-style-type: none">• Siteliner• Webpagetest• Mobile Optimierung• Rich Results Tool• Backlink-Checker

Kein SEO-Tool und trotzdem wichtig für die Suchmaschinenoptimierung: [Google MyBusiness](#)

*Partnerlinks

Was will ich erreichen?

Sichtbarkeit im Internet

Website-Ziele – Was soll gemessen werden?

Branding, Markenaufbau

- Besucherzahlen Website
- Seitenaufrufe, Absprungraten, Verweildauer
- Erwähnung auf Social Media

Bessere Sichtbarkeit bei Google

- Google Ranking bestimmter Keywords
- Onpage-Optimierung
- Programmierung
- Inhalte
- Backlinks

Leads

- Ausgefüllte Kontaktformulare
- E-Mail Kontakte
- Telefonanrufe

Sales

- Shop Bestellungen
- Bestellungen über Telefon, Mail
- Terminvereinbarungen

Das erfährst Du nicht in der GSC!

Branding,
Markenaufbau

- Besucherzahlen Website
- Seitenaufrufe, Absprungraten, Verweildauer
- Erwähnung auf Social Media

Bessere
Sichtbarkeit
bei Google

- Google Ranking bestimmter Keywords
- Onpage-Optimierung
- Programmierung
- Inhalte
- Backlinks

Leads

- Ausgefüllte Kontaktformulare
- E-Mail Kontakte
- Telefonanrufe

Sales

- Shop Bestellungen
- Bestellungen über Telefon, Mail
- Terminvereinbarungen

Wozu brauchst Du dann die GSC?

- Google Analytics
 - Besucherdaten (wer, woher, was)
- Google Search Console
 - Technische Fehler
 - Keyword-Informationen

Google Search Console - Features

- Wie häufig wurde die Website mit welchen Keywords in den Suchergebnissen gezeigt (=Impressionen)?
- Wie häufig wurde auf das Suchergebnis-Snippet geklickt (= Klicks)
- Wie viele Seiten der Website sind im Index von Google?
- Werden die richtigen Seiten indexiert?

Google Search Console - Features

- Gibt es Probleme mit Seiten oder anderen Elementen der Website?
- Welche Verbesserungsvorschläge gibt Google?
 - Performance
 - Strukturierte Daten
 - Nutzerfreundlichkeit etc.

Verifizierung der Google Search Console (auch für Bing Webmaster Tools)

➤ Verschiedene Methoden


➤ DNS-Eintrag (empfohlen)

➤ HTML-Datei (bei WordPress in das Root-Verzeichnis, wo auch die htaccess, wp-config.php liegen)

➤ Codeschnipsel auf der Website

➤ Detaillierte Beschreibung:

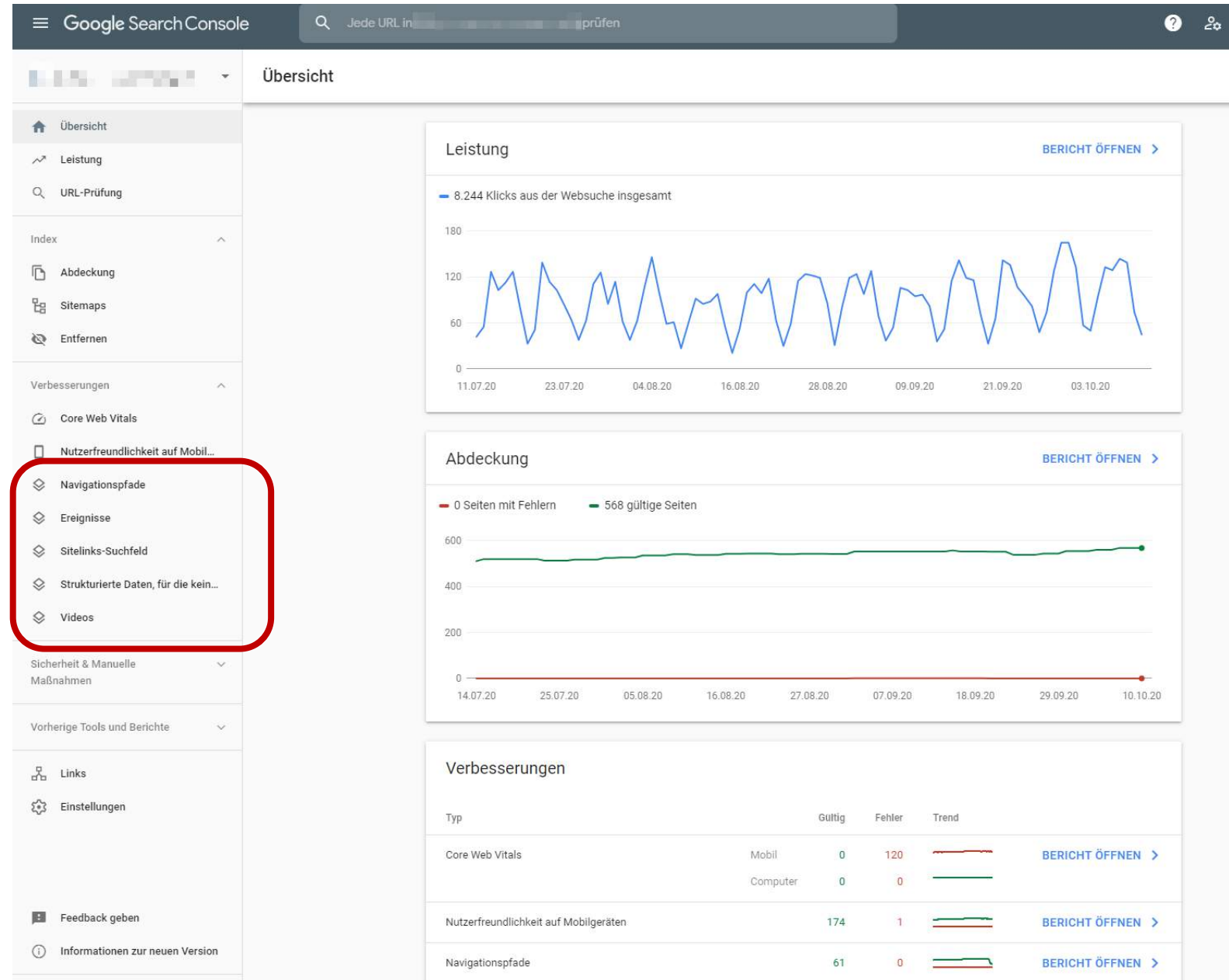
<https://www.luna-park.de/blog/29464-google-search-console-einrichten/>



Dateiname	Dateigr...	Dateityp
..		
logs		Dateiord...
usage		Dateiord...
wp-admin		Dateiord...
wp-content		Dateiord...
wp-includes		Dateiord...
.htaccess	4.075	HTACCE...
_wp-config.php	4.040	PHP-Dat...
BingSiteAuth.xml	85	XML-Do...
google[REDACTED].html	53	Chrome ...

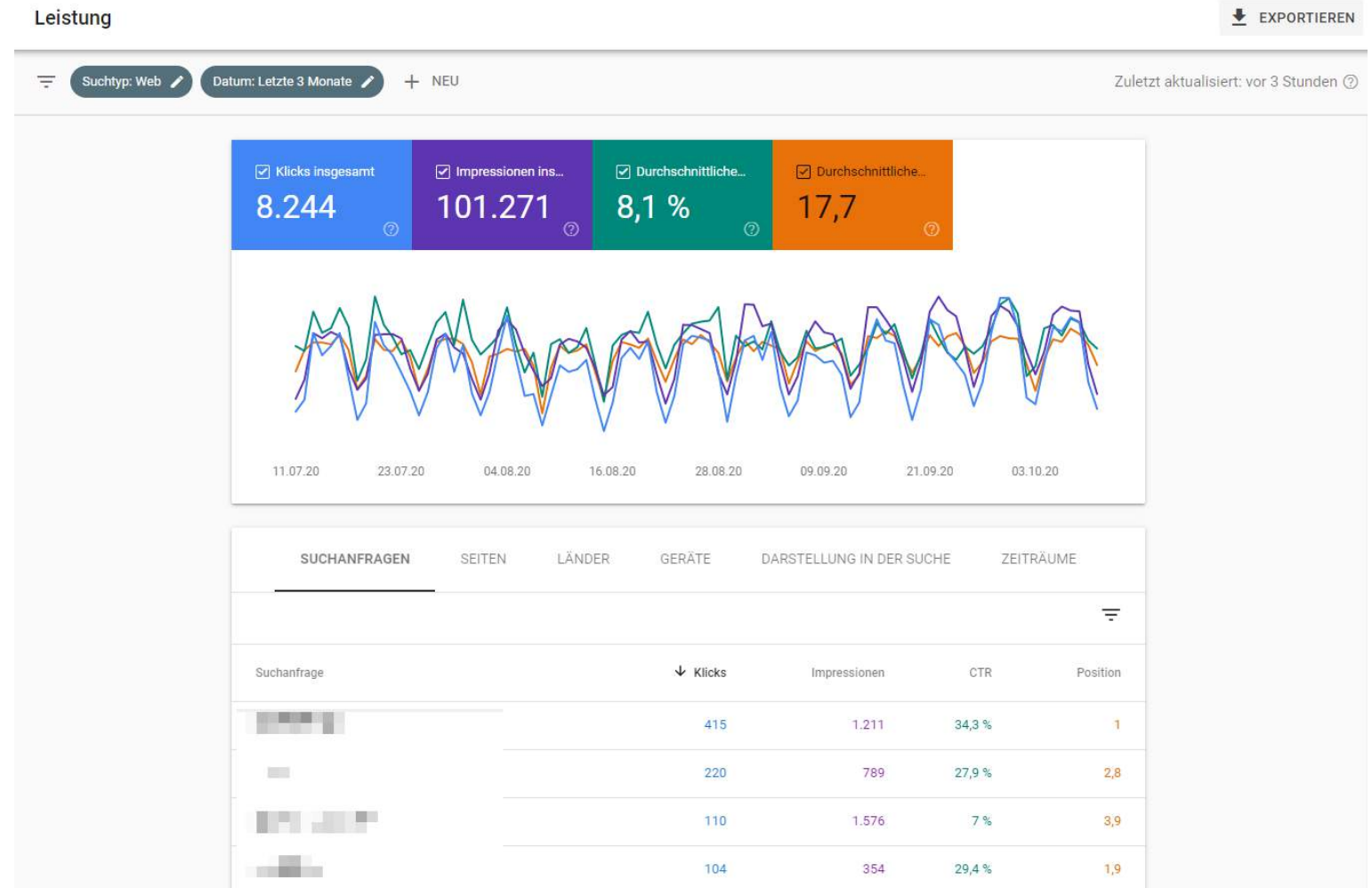
Übersicht

➤ Verbesserungen
individuell für
jede Website



Google Search Console - Leistung

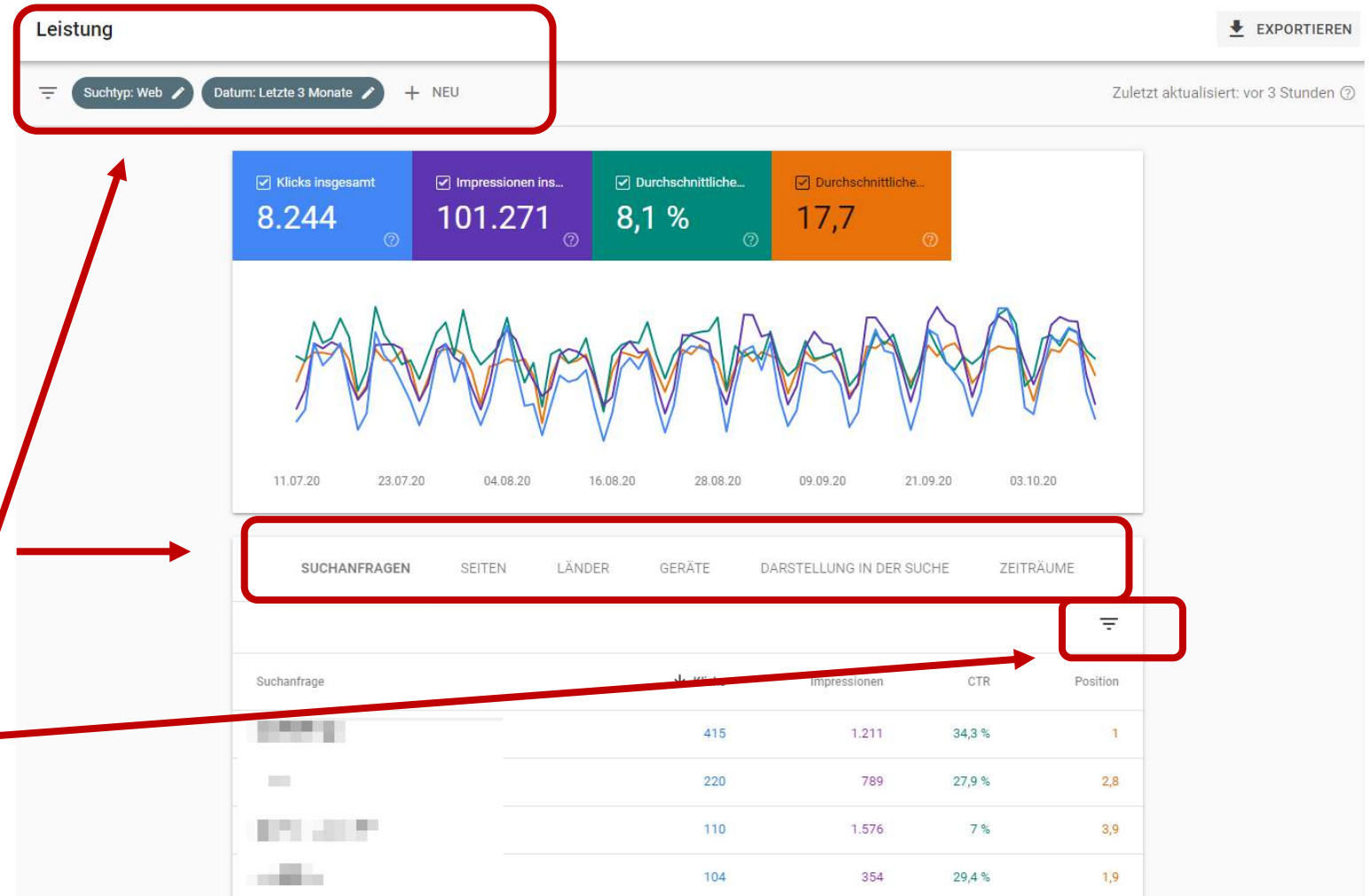
- Informationen
 - Klicks auf das Suchergebnis
 - Impressionen auf den Suchergebnis-seiten (SERPs)
 - Durchschnittl. Klickrate
 - Durchschnittl. Position



Google Search Console - Leistung

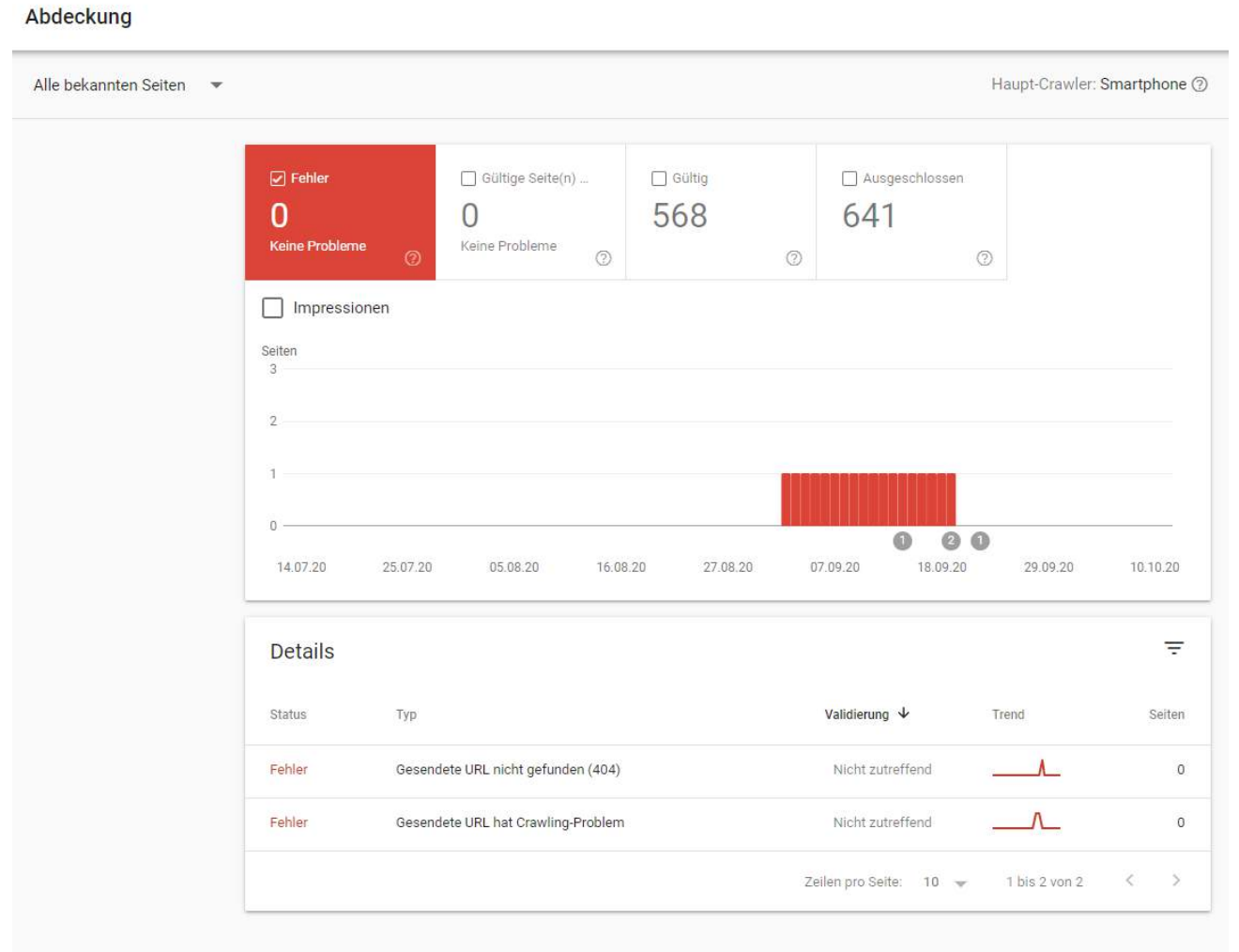
➤ Filtermöglichkeiten

- Nach Suchtyp (Web, Bild, Video, News)
 - Nach Zeiträumen
 - Nach Suchanfragen, Seiten, Ländern, Geräten und Darstellung in der Suche
-
- Weitere Filter zu Suchanfragen, Anzahl von Klicks und Impressionen





Google Search Console - Abdeckung

- Abdeckung
 - Seiten im Index
 - Fehlermeldungen (404-Seiten, blockierte Seiten, noindex-Seiten, Serverfehler etc.)
 - Gültige Seiten
 - Ausgeschlossene Seiten



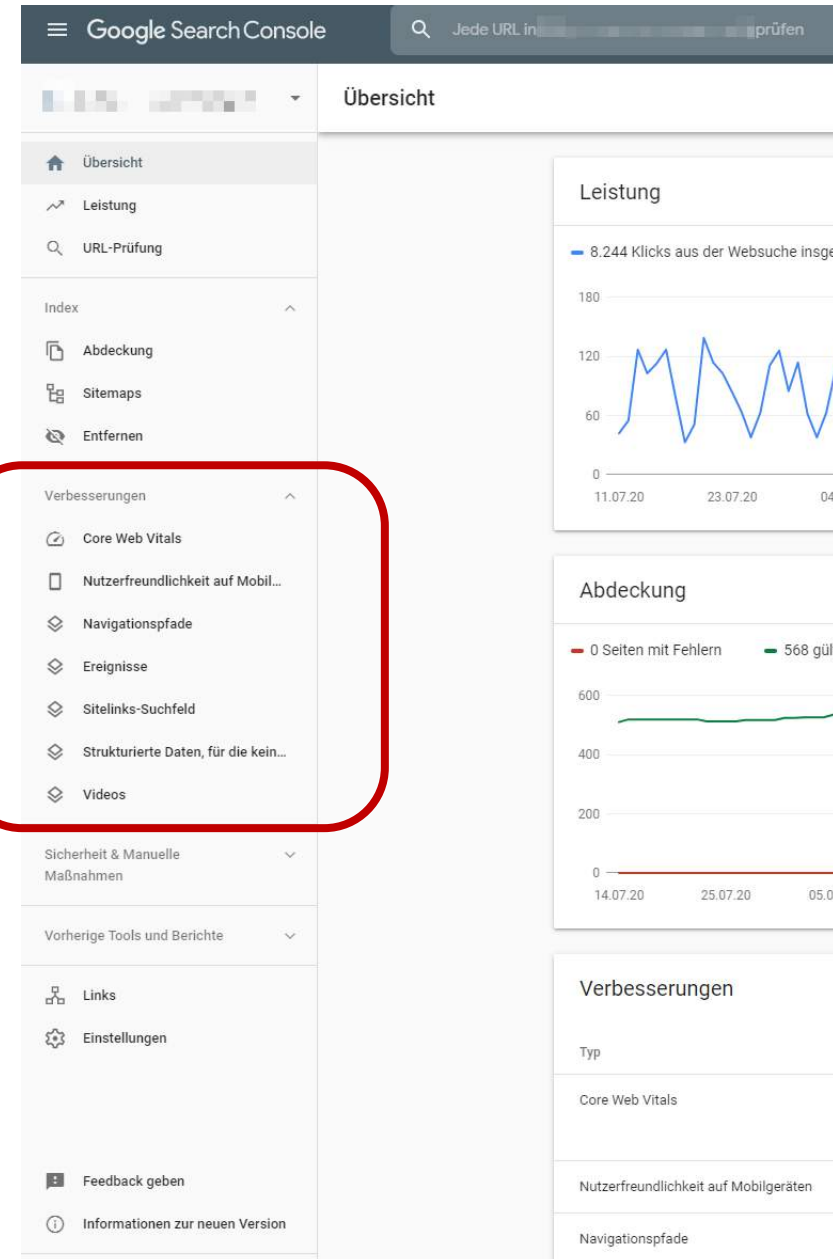
Die Sitemaps

- Einreichen einer Sitemap bei Google
 - Kein Rankingfaktor
 - Teilt Google mit, welche Seiten Google kennen sollte
 - Sitemaps u.U. getrennt hochladen, nur relevante Seiten in den Index
 - Sitemaps auch für Bilder, Videos und News
 - Nicht unbedingt nötig bei Websites unter 100 Seiten
 - Auf die Syntax achten!!!

/page-sitemap.xml	Sitemap	11.04.2019	03.02.2021	Erfolgreich	35	
/post-sitemap.xml	Sitemap	11.04.2019	09.02.2021	Erfolgreich	107	
/taxonomy_portfolio_c ategory.xml	Unbekannt	11.04.2019	16.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/taxonomy_portfolio_t ag.xml	Unbekannt	11.04.2019	15.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/taxonomy_category.x ml	Unbekannt	11.04.2019	15.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/post_portfolio.xml	Unbekannt	11.04.2019	15.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/page.xml	Unbekannt	11.04.2019	16.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/post_elementor_librar y.xml	Unbekannt	11.04.2019	15.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	
/post.xml	Unbekannt	11.04.2019	16.04.2019	Konnte nicht abgerufen werden	0	

Verbesserungen

- Core Web Vitals
- Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten
- Nur wenn vorhanden:
 - Navigationspfade
 - Ereignisse
 - Sitelinks-Suchfeld
 - Strukturierte Daten
 - Videos
 - Und mehr



Core Web Vitals

- Einheitliche Qualitätssignale, die die Nutzererfahrung auf einer Seite widerspiegeln
- Informationen über den Ladevorgang einer Seite, die Interaktivität und die visuelle Stabilität der Seite
- Fließen ab Mai 2021 in das Ranking ein

Die Google Search Console mit Google Analytics verbinden

The screenshot displays the Google Analytics interface with the 'Landingpage' report selected. The left sidebar shows the navigation menu, with 'Search Console' and 'Landingpages' highlighted. The main content area shows a table with columns for 'Akquisition' and 'Verhalten'. The 'Landingpage' report is highlighted with a red box, and the 'Search Console' menu item is also highlighted with a red box. Two red arrows point from the title to the 'Landingpage' and 'Verhalten' sections.

Landingpage ?	Akquisition				Verhalten		
	Impressionen ?	Klicks ?	CTR ?	Durchschnittliche Position ?	Sitzungen ?	Absprungrate ?	Seiten/Sitzung ?
	255.953 % des Gesamtwerts: 100,00 % (255.953)	2.081 % des Gesamtwerts: 100,00 % (2.081)	0,81 % Durchn. für Datenansicht: 0,81 % (0,00 %)	42 Durchn. für Datenansicht: 42 (0,00 %)	372 % des Gesamtwerts: 68,51 % (543)	80,11 % Durchn. für Datenansicht: 73,85 % (8,47 %)	1,34 Durchn. für Datenansicht: 1,52 (-11,60 %)
1. ...							
2. ...							
3. ...							
4. ...							
5. ...							
6. ...							
7. ...							
8. ...							
9. ...							
10. ...							

Nützliche Links

- <https://tusche-online.de/google-search-console/>
- <https://tusche-online.de/google-analytics-mit-der-search-console-verbinden/>
- <https://tusche-online.de/seo-tools-liste/>
- <https://tusche-online.de/wordpress-seo-mit-yoast-seo-plugin/>
- <https://tusche-online.de/yoast-seo-premium/>

Cathrin Tusche

Online Marketing Services



Kontakt:



<https://tusche-online.de>



info@tusche-online.de



<https://de-de.facebook.com/TuscheOnlineMarketing>



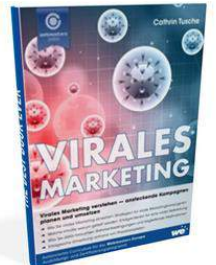
<https://twitter.com/cathrintusche>



<https://de.linkedin.com/in/cathrin-tusche-online-marketing>

Bücher:

- E-Book (PDF):
[Smartes SEO für Solopreneure und kleine Unternehmen](#)
- [Virales Marketing verstehen, planen und umsetzen](#)
(Amazon)
- Google Analytics Kurs
<https://www.udemy.com/course/analytics-fuer-einsteiger/>



Bildnachweise: Simone Naumann, Unsplash