

HANDOUT – SEO AUFBAUWORKSHOP



ÜBUNG 1 SERP-GAP-WORKSHEET

Dieses Arbeitsblatt unterstützt dich dabei, eine Suchergebnisseite (SERP) systematisch zu analysieren und konkrete Content-Gaps für eine bestehende Seite zu identifizieren.

A. Basisdaten

Projekt / Website: _____

URL der Seite, die du verbessern möchtest: _____

Fokus-Query (Haupt-Suchbegriff): _____

B1 – Form der dominierenden Ergebnisse

Welche Seitentypen siehst du bei den Top-5? (Mehrfachauswahl möglich)

- ☐ Ratgeber / Blogartikel
- ☐ Vergleich / „Top X“
- ☐ Produkt- / Leistungsseite
- ☐ Kategorie / Übersicht
- ☐ Lokale Ergebnisse / Verzeichnis / Portal
- ☐ Sonstiges: _____

Kurznotiz: Was fällt dir auf? (z. B. „4/5 sind Ratgeber mit Checkliste“)

B2 – SERP-Module

Welche Module siehst du? (Mehrfachauswahl möglich)

- ☐ „Nutzer fragen auch“ (PAA)
- ☐ FAQ-Erweiterungen
- ☐ Videos
- ☐ Bewertungssterne / Rich Snippets
- ☐ Preise / Angebots-Snippets
- ☐ Sitelinks
- ☐ Map-Pack (lokale Einträge)
- ☐ Sonstiges: _____

Kurznotiz: Welche Module solltest du wahrscheinlich bedienen?

B3 – Wiederkehrende Unterfragen & Themen

Welche Fragen / Unterthemen tauchen in mehreren Top-Ergebnissen auf?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

B4 – Ton & Format

Wie wirken die Top-Ergebnisse insgesamt?

Ton:

- ☐ eher sachlich / fachlich
- ☐ locker / persönlich
- ☐ werblich / verkaufsorientiert
- ☐ gemischt

Format:

- ☐ klare Überschriften & Zwischenüberschriften
- ☐ Listen / Checklisten
- ☐ Tabellen / Vergleiche
- ☐ viele Bilder / Screenshots
- ☐ Sprungmarken / Inhaltsverzeichnis

Kurznotiz: Was ist typisch für die Darstellung?

C. Unsere Seite vs. SERP

C1 – Unsere aktuelle Seite (Ist-Zustand)

Seitentyp aktuell: _____

Stärken der Seite:

Schwächen / Bauchgefühl:

D. Gap-Typen markieren

D1 – Themen-Gaps

Welche wichtigen Unterfragen oder Themenblöcke haben die Top-Ergebnisse, die du nicht oder nur schwach abdeckst?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

D2 – Beweis-Gaps

Welche Beweise fehlen dir im Vergleich? (Beispiele, Screens, Zahlen, ...)

1. _____
2. _____
3. _____

D3 – Format-Gaps

Welche Darstellungsformen sind bei anderen besser gelöst?

1. _____
2. _____
3. _____

E. Mini-Content-Brief

E1 – Ziel dieses Seiten-Updates in 1 Satz

Diese Seite soll für die Suchanfrage

und den Nutzer*innen helfen,

E2 – Konkrete Maßnahmen aus der Gap-Analyse (To-do-Liste)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

E3 – Zusammenfassung in einem Satz (für dich / dein Team)

Formulierungshilfe: „Um mitzuhalten, braucht unsere Seite [Form] mit [konkreten Gap-Schließern].“

Um mitzuhalten, braucht unsere Seite _____

ÜBUNG 2 – THEMEN-MAP & KONSOLIDIERUNGS-SHEET

Ziel: Für ein Thema mit Konfliktpotenzial alle relevanten URLs sammeln, Kannibalisierungen erkennen und konkrete Konsolidierungs-Schritte planen.

Thema mit Konfliktpotenzial (z. B. „SEO Workshop“, „Coaching“, „Leistung X“):

A. Mini-Themen-Map & Konflikte

URL	Grobe Absicht / Inhalt	Vermutete Primär-Query	Konflikt? (Ja/Nein)	Entscheidung (behalten / merge / redirect / re-target)

B. Konsolidierungs-Schritte (nächste 30 Tage)

Formuliere 3 konkrete Schritte, die du in den nächsten 30 Tagen umsetzen willst.

Schritt 1: _____

Verantwortlich: _____ Deadline: _____

Schritt 2: _____

Verantwortlich: _____ Deadline: _____

Schritt 3: _____

Verantwortlich: _____ Deadline: _____

ÜBUNG 3 – CLUSTER-PLAN & LINK-MAP

Ziel: Für ein Pillar-Thema 3–5 Cluster-Seiten definieren und für 2 Zielseiten konkrete interne Links planen.

A. Pillar-Thema & Cluster

Pillar-Thema (z. B. „SEO-Workshops“, „Gründungsberatung“, „Fassadenreinigung“):

Cluster-Seite (URL oder Arbeitstitel)	Kurzbeschreibung / Fokus	Primäre Suchintention / Query

B. Link-Map für 2 Zielseiten

Wähle 2 Zielseiten (z. B. Pillar + wichtigster Cluster) und plane pro Seite mindestens 3 Spender-URLs mit passenden Ankertexten.

Zielseite 1 (URL): _____

Spender-URL	Geplanter Ankertext	Status (offen / umgesetzt)

Zielseite 2 (URL): _____

Spender-URL	Geplanter Ankertext	Status (offen / umgesetzt)

ÜBUNG 4 – GSC-CTR-CLINIC (SNIPPET-UPLIFT-KARTE)

Ziel: Seiten mit Reichweite identifizieren und 2-3 Snippet-Hypothesen pro Seite formulieren.

Hinweis: Fokus auf Seiten mit ca. Position 3–8 und mindestens ~200 Impressions in den letzten 90 Tagen (in engen Nischen ggf. 50–100).

[illegible]

ÜBUNG 6 – 30/60/90-SEO-ROADMAP

Ziel: 3–5 realistische Tasks pro Zeitraum aus den heutigen Outputs wählen und Verantwortlichkeiten klären.

Bereiche, aus denen du Tasks wählen kannst: SERP-Gap-Umsetzungen, Konsolidierungs-Schritte, Link-Sprints, Snippet-Tests, Page-Experience-Task(s).

30 Tage – Aufräumen & Quick-Wins

Task	Bereich (z. B. SERP-Gap, Konsolidierung, Link, Snippet, PE)	Verantwortlich	Check-In-Termin

B. 60 Tage – Themen-Map & Cluster konsolidieren

Task	Bereich (z. B. SERP-Gap, Konsolidierung, Link, Snippet, PE)	Verantwortlich	Check-In-Termin

C. 90 Tage – Review-Routine & neue Briefs

Task	Bereich (z. B. SERP-Gap, Konsolidierung, Link, Snippet, PE)	Verantwortlich	Check-In-Termin