

SEO Trends 2021

07.01.2021, 08:39 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *FenixAM Webdesign*

Presseagentur: *FenixAM Webdesign*



SEO Trends 2021

Die Welt verändert sich. Man muss vorbereitet sein.

Die Zeit vergeht unglaublich schnell. Alle Trends die früher populär waren, geraten stufenweise in Vergessenheit. Die Liste der **SEO Trends** wird aktualisiert und neue werden hinzugefügt. Zum Ende jedes Jahres fängt das Gleiche von vorne wieder an – welche Trends bleiben erhalten und was ändert sich in dem kommenden Jahr?

In dem komplizierten SEO-Spiel der sich ständig ändernden Variabel gibt es auch einige Konstante, welche immer unverändert bleiben. Obwohl genau diese Aspekte nach wie vor von einer großen Bedeutung für das Ranking einer jeder Homepage sind, tendieren viele Webmaster dazu, genau diese permanent zu vernachlässigen. Es ist meistens entweder auf das mangelhafte Wissen oder vielmehr auf den Zeitmangel zurückzuführen. Deswegen könnte es von einem großen Vorteil sein, sich diese wichtigen Regeln genau einzuprägen.

Der hochqualitative Inhalt bleibt nach wie vor im Vordergrund – nach dem Motto „Content is still the King“

Der hochqualitative Inhalt wurde schon lange her zu dem wichtigsten Faktor für das Ranking einer jeden Webseite erklärt und es wird sich in der Zukunft auch nicht ändern. Je besseren Inhalt man erstellt desto mehr stehen die Chancen, dass er potentielle Kunden anlocken wird. Google mag keine schlecht geschriebenen Texte und solche Inhalte können sehr schnell zum Verhängnis eines jeden Webseitenbetreibers werden. Wenn die Inhalte den Erwartungen der User nicht gerecht werden, dann wird die Website auch in den Rankings heruntergestuft. Es ist deswegen sehr wichtig zu merken, dass ein hochqualitativer Inhalt ein Muss ist. Diese Regel zu missachten, bedeutet die eigenen Rankings zu verraten.

Die Zeiten als man den Artikel mit unzähligen Keywords verseht hat, um das Ranking zu verbessern, sind längst vorbei. Heutzutage zählt die Qualität des Artikels und nicht die Quantität der Keywords, die verwendet wurden. Ein Text, der nicht für Suchmaschinen geschrieben wurde, sondern auf natürliche Art und Weise – für den User, mit einer moderaten Anzahl an Schlüsselwörter ist die beste Erfolgsformel.

Den Zweck des SEO-Traffics genau durchdenken

Die durchschnittliche Konversionsrate einer Homepage beträgt 2,35%

Die große Besucheranzahl ist von einem großen Vorteil. Wenn die Website einen bedeutenden Traffic generiert und viele potentielle Kunden anlockt, dann kann es sich sehr positiv auf das Geschäft auswirken. Ob man wirklich einen enorm großen Traffic braucht ist aber überlegenswert. Hinterher der Quantität zu laufen, bedeutet oftmals die Qualität des Traffics zu vergessen.

Im Falle eines Blogs, dessen Ziel ist es Leser zu locken, zeugt eine große tägliche und monatliche Besucheranzahl von dem Erfolg einer solchen Webseite. Wenn es sich aber um potentielle Käufer in Höhe von 2-3% handelt, die den ganzen Besuchervolumen ausmachen, dann scheint es kontraproduktiv zu sein. Die übrigen 97% werden niemals den Button „Kaufen“ anklicken. In einer solchen Konstellation hat man anstatt von Käufern nur Leser angelockt.

Man sollte also auf den entbehrlichen Teil des Online-Traffics verzichten und sich auf die eigentlichen Besucher konzentrieren, bei denen man künftig mit eventuellen potentiellen Käufern rechnen kann. Mit den gut durchdachten Zielen kann man eine entsprechende SEO Strategie entwickeln und die passende Audience ansprechen. Wichtig ist es die richtige Plattform zu wählen, abhängig von dem zu verkaufenden Produkt. Man muss auch die richtigen Keywords für den Artikel wählen um die Konversionsrate der Besucher und das Interesse an den Produkten zu steigern. Auf diese Art und Weise kann man ein Angebot kreieren, dass für die potentiellen Kunden unwiderstehlich sein wird.

E.A.T Konzept: Die Autorität der Homepage beweisen

Was ist eigentlich E.A.T.

E.A.T. steht in der SEO-Welt im Allgemeinen für die Vertrauenswürdigkeit und Seriosität einer Website. Ausgeschrieben steht die Abkürzung für Expertise, Authority, Trustworthiness – auf Deutsch Expertise, Autorität und Vertrauenswürdigkeit.

Google möchte am liebsten den Nutzern nur die relevantesten, aktuellen und überprüften Daten zur Verfügung stellen. Wenn der Text den Usern keine Nützen bringt und ggf. noch eventuell den User schaden kann, dann wird eine solche Homepage von Google in den tiefsten Abgrund des SERPS Oceans geworfen. Deswegen ist es so wichtig zu beweisen, dass man weiß worüber man schreibt. nichtüberprüfte Daten können eine katastrophale Auswirkung auf das Ranking haben. Dies betrifft insbesondere diverse Information zu Produkten und Leistungen. Darüber hinaus können nichtüberprüfte Angaben zu Produkten und Leistungen negative Bewertungen nach sich ziehen. Die potentiell gefährlichen Daten können durch spezifische Algorithmen entdeckt werden und in solch einer Situation müssen dann die Webseitenbetreiber mit Strafen seitens Google rechnen. Ob es sich hier um Webseiten mit einem politisch umstrittenen Inhalt handelt, steht außerhalb dieser Diskussion.

Es ist von einer enorm großen Bedeutung die Spezifik der Branche des Unternehmens und die bisherigen Errungenschaften entsprechend zu dokumentieren (z.B. auf der „Über uns“ Homepage) und den potentiellen Kunden zur Verfügung zu stellen. Auf diese Art und Weise wird direkt kommuniziert, dass es sich hier um einen Experten handelt. Vom Vorteil sind hier auf jegliche Zulassungen, Zertifikate und Diploms.

Eine Homepage die zusätzlich über positive Bewertungen aus diversen Quellen (am besten aus den Branchenportals) verfügt gewinnt zusätzlich an Autorität in den Augen von Google.

Heutzutage vertrauen die Menschen nicht den Links, deswegen ist es wichtig immer systematisch die Verlinkung der Firmenhomepage zu überprüfen. Die Links von autoritativen Webseiten sind von einem großen Vorteil. Die Links von qualitativ schwachen Webseiten können sich dagegen sehr negativ auf das Ranking auswirken. Vor allem, wenn es sich

noch um potentiell verdächtige Websites handelt. Die Qualität der Links spielt eine wichtige Rolle bei dem Aufbau der Vertrauenswürdigkeit einer jeden Homepage, deswegen soll dieser Aspekt nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Die Qualität der Backlinks kann man mit diversen Online-Tools überprüfen und anschließend nach Notwendigkeit entsprechende Aufräumarbeiten durchführen.

In Local SEO investieren

46% von allen Google Suchanfragen haben eine lokale Absicht

Local SEO scheint in der letzten Zeit an Wichtigkeit verloren zu haben. Dies ist durch die globale Situation, welche unmittelbar mit der Corona-Pandemie zusammenhängt, bedingt.

Unabhängig dieser Situation ist es kein Grund Local SEO vernachlässigen. Google ist ständig dabei das eigene Algorithmus zu verbessern, in Bezug auf das Liefern der relevantesten Suchergebnissen für die lokalen Suchanfragen. Wenn man also in der lokalen Liga spielt, sollte man die eigene Suchmaschinenoptimierung in Bezug auf Local SEO nicht weiter in die Zukunft verschieben, sondern ernst nehmen und sofort mit notwendigen SEO Maßnahmen anfangen.

Das Unternehmen an die neuen ändernden Umstände anpassen

Die E-Commerce Verkäufe generieren jährlich Summen in Billionenhöhe.

Sogar im Falle von konventionellen Geschäftsmodellen bei einem Lockdown besteht immer die Möglichkeit das Angebot zu erweitern. Die Menschen präferieren Online-Käufe, wenn es eine solche Option gibt. Es ist keine leichte Aufgabe und kann im Falle von manchen Branchen sehr schwer umgesetzt werden. Um aber übers Wasser zu bleiben muss man sich jedoch eine Lösung einfallen lassen. Hier sind ein paar hilfreiche Tipps:

1 Lieferservice: Im Falle von Restaurants ist es relativ einfach umzusetzen. Ein Restaurant kann ein flexibles, einfaches und vor allem kostengünstiges System von Essenslieferung entwickeln. Die Kunden werden es bestimmt nutzen. Es ist vom Vorteil ein solches System im Voraus vorzustellen, damit die Kunden ihn so schnell wie möglich kennenlernen können. Bei einem erneuten Lockdown hat man schon eine fertige Lösung.

Eine solche Lösung wird auch für SEO gut funktionieren. Durch das Nutzen von anderen Plattformen, die bereits solche Lieferservicemodelle im Angebot haben, erreicht man neue potentielle Kunden. Verwenden von Aktionsrabatten auf Socialmedia und Partnerwebseiten kann für mehr Traffic und Konversion sorgen.

2 Online Konsultation: Immer mehr Menschen ziehen vor übers Internet zu arbeiten, denn das ist mit Zeitersparnis verbunden. Die Geschäftsmodelle, die sich auf Recht, Finanzplanung und Immobilien konzentrieren können dieses System sofort implementieren. Das wird eine komfortable Lösung vor allem für diejenigen Kunden sein, die sich aus diversen Gründen kein persönliches Gespräch erlauben können. Es wird auch den Mitarbeitern helfen, da sie nicht mehr an Büros oder spezifische Lokalisationen gebunden sind. Durch den Einsatz von Keywords fokussiert auf die Online Konsultation, kann man die Kundendatenbank erweitern und die Popularität der Homepage steigern.

Es ist kein leichtes Unterfangen und bestimmt nicht für alle Geschäftsmodelle geeignet, aber es ist eine von den möglichen Lösungen bzw. eine Richtung oder ein Anreiz zur Überlegung einer Alternative.

3 Video und Foto Tour: diese Lösung eignet sich am besten für diese Geschäftsmodelle, die ihre Produkte und Dienstleistungen den potentiellen Kunden zuerst in Form von Bildern und Videos präsentieren möchten. Dies kann sich z.B. auf Immobilienagenturen oder Möbelgeschäfte beziehen.

Mit Hilfe von modernen Technologien kann man den Kunden 3D-Präsentationen oder einen 3D-Rundgang von den

Innenräumen einer zum Verkauf stehenden Immobilie anbieten.

Dank einer Online-Galerie kann man auch potentielle Kunden anlocken und für eine bessere Konversion sorgen. Die Bilder ersparen viel Zeit. Mit professionellen Fotoaufnahmen kann man viel erreichen. Die Kunden können sich im Vorfeld einen besseren Überblick über das Produkt verschaffen.

Die Kunden mit einem außergewöhnlichem UX beeindrucken

89% der potentiellen Kunden wechselt zu der Konkurrenz nach einer schlechter Nutzererfahrung mit einer Homepage.

Abgesehen von dem hochqualitativen Inhalt, der inmitten des Rampenlichtes war, schon seitdem Google angefangen hat, die Suchergebnisse zu filtern - vor langer langer Zeit, gibt es noch einen wichtigen Punkt, der erwähnt werden muss. Die Nutzererfahrung (User Experience) wird sich zu einem der wichtigsten Themen in 2021 entwickeln. Die Art und Weise, wie die Nutzer heutzutage auf der Website nach gewünschten Informationen oder Produkten suchen und mit welcher Erfahrung es verbunden ist, war schon immer einer der größten Probleme aus der Sicht vom SEO - insbesondere seitdem die Menschen angefangen haben mehr Mobilgeräte, anstatt Desktop-PCs zu nutzen. Die Notwendigkeit, die Firmenhomepage an die Mobilgeräte anzupassen ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden und es ist eine große Angelegenheit auch für Google. Wenn eine Homepage nicht für Mobilgeräte optimiert ist, dann ist das einer der wichtigsten Schritte, den man in 2021 in Erwägung ziehen soll, um die Online Sichtbarkeit zu verbessern.

Die Suchergebnisse für Mobilsuche im Auge behalten

Heute lebt man in der Ära von neuen Technologien und der ständigen technischen Entwicklung. Die Menschen folgen neuen Trends und versuchen diese so schnell wie möglich zu meistern. Das gleiche Prinzip gilt für alle Webseitenbetreiber. Die Suchanfragen über Mobilgeräte wachsen von Tag zu Tag.

Die Nutzer werden die harte Arbeit eines jeden Webseitenbetreiber zu schätzen wissen, wenn der Inhalt der Homepage für die mobile Suchanfragen optimiert sein wird. Sollte die Website nur für Desktop-PCs konzipiert sein, dann ist das eine der schlechtesten Ideen überhaupt. Unabhängig davon, wie einzigartig das Design ist, wenn die Webseite nicht mobilfreundlich ist, dann kann es einen negativen Einfluss auf das Ranking haben.

Homepage für die Sprachsuche (Voice Search) optimieren

Rund 27% der globalen Population von den Online Nutzern benutzt Sprachsuche auf Mobilgeräten um die gewünschten Leistungen und Produkten zu finden.

Die Sprachsuche ist eine sehr nützliche Funktion, die auf Anhieb die gewünschten Informationen liefern kann, während man unterwegs ist oder zu dem gegebenen Zeitpunkt keine freie Hand oder Freizeit hat.

Die beste Art und Weise um den Inhalt auf der Homepage für die Sprachsuche zu optimieren besteht darin, diesen entsprechend der meist gestellten Fragen zu arrangieren. Die Fragen müssen sich selbstverständlich natürlich anfühlen.

Diverse Absätze des Artikels sollen mit Fragen „was“, „wie“, „wann“ usw. beginnen.

Beim Verfassen des Artikels sollte man Nischen berücksichtigen, wo die Sprachsuche am meisten verwendet wird. Die Menschen benutzen beispielsweise Sprachsuche für solche Sachen wie das Bestellen von Kinotickets, Kochrezepten, Kochtipps, Wie-mans-macht Tutorials, **Webdesigner** finden etc. Die Sprachsuche wird auch oft verwendet bei der Suche nach Restaurants, Lieferservices usw.

Hinsichtlich der Tatsache, dass sich die Sprachsuche am meisten auf Mobilgeräte bezieht, ist die Optimierung der Firmenhomepage für Mobilgeräte umso wichtiger.

Eine optimale Ladezeit der Homepage ist auch essentiell für die Sprachsuche. Sie spielt auch eine wichtige Rolle bei einer konventionellen Suche. Wenn eine Homepage nicht in der Lage ist, schnelle Suchergebnisse zu liefern ist sie für den Google Assistenten uninteressant.

Video Marketing Strategie gewinnt immer mehr an Bedeutung

54% der Konsumenten möchten mehr Videos von der Marke sehen, die sie unterstützen.

Videos sind heutzutage überall. Die Menschen möchten sie auch überall sehen, weil sie interessant sind, unterhaltsam und zugänglich auf jedem Gerät. Dieser Inhaltstyp kann einem Unternehmen sehr helfen einen riesen Erfolg zu erreichen.

Die wohl bekannteste Plattform für diese Zwecke ist selbstverständlich Youtube. Diese Plattform ist nach wie vor das wichtigste Element einer erfolgreichen Werbungskampagne. Hinsichtlich der Tatsache, dass die Konkurrenz auf Youtube sehr groß ist, sollte man sich nicht ausschließlich auf diese Plattform konzentrieren.

Es gibt viele andere Plattformen, die man verwenden kann um das gleiche Ziel zu erreichen. Es ist immer von einem großen Vorteil die eigene SEO-Strategie über ein sog. „Social Media Marketing“ zu erweitern.

Was ist eigentlich die beste Strategie für Video-Marketing?

Nach dem Prinzip „teile und herrsche“ sollen die längeren Videos entsprechend auf das wichtigste verkürzt und auf diversen Plattformen wie Instagram, Snapchat veröffentlicht werden. Anschließend muss man diese mit einem passenden Link versehen um potentielle Besucher auf die Firmenhomepage zu locken. Die Videos müssen vor allem kurz und bündig sein und die Art und Weise des dargestellten Inhalts so interessant, damit bei den potentiellen Nutzern das Gefühl nach mehr erweckt wird.

Selbstverständlich darf man den Schritt der Optimierung der Videos nicht vergessen.

Markenbekanntheit steigern und das Vertrauen bilden

Eine Investition in die sog. Influencer kann sich sehr bezahlbar machen. Die Influencer haben Millionen von Followers, die zu potentiellen Kunden werden können.

Die Social Media Blogger waren immer beliebt unter den Produzenten, da sie öfters mit Vertrauen assoziiert werden. Je mehr Vertrauen der sog. Ambassador der einzelnen Marke hat, umso mehr Verkauf kann ein Unternehmen generieren.

In der letzten Zeit gewinnen Blogger und Influencer immer mehr an Bedeutung, da sich diese Branche rasant schnell entwickelt. Der Instagram und Youtube locken tagtäglich Millionen von Menschen an. Diesbezüglich ist es so wichtig mit der Zeit zu gehen und diesen Trend in die eigene SEO Strategie zu implementieren.

Sicherheit der Homepage und der Nutzerdaten steigern

85% der Käufer vermeiden unsichere Online-Shops

Die Menschen legen immer mehr Wert auf ihre Sicherheit und die Sicherheit ihrer Daten im Internet. Private Daten sollen privat bleiben und das betrifft jede Homepage. Die Sicherheit im Falle von Online-Handel ist heutzutage unabdingbar für jeden professionellen Online-Shop, vor allem weil man im tagtäglichen Geschäft äußerst sensible Daten, wie Bankverbindung und Kreditkarten verarbeitet. Wenn bei einer Firmenhomepage der Status „unsicher“ in dem Webbrowser angezeigt wird, dann muss der Webseitenbetreiber mit einem Rankingverlust rechnen. Um von den potentiellen Kunden als seriöser Anbieter wahrgenommen werden zu können, muss man mehr Zeit und Geld in ein Webhosting investieren, das den Kunden alle notwendigen Sicherheitszertifikate bietet. Die Sicherheit zählt zu den 10 wichtigsten Rankingfaktoren. Wenn man die Daten der Nutzer sorgfältig schützt, dann kümmert sich Google um das entsprechende Ranking einer solchen Website.

Sich mit strukturierten Daten vertraut machen

Die sog. strukturierten Daten helfen Google besser nachzuvollziehen, auf welches Thema sich der Inhalt einer Homepage bezieht. Diese Strategie kann auch bei der Generierung eines sog. Featured Snippet behilflich sein um damit noch mehr Aufmerksamkeit der potentiellen Kunden zu erwecken. Die Position Zero, ein Eintrag in der Antwortbox kann sich sehr positiv auf zukünftige Umsätze auswirken.

Wie kann man den Featured Snippet erlangen?

Es hängt von diversen Faktoren ab. Das wichtigste ist ein hochqualitativer Inhalt mit passenden Keywords und strukturierten Daten. Das alles zusammen muss die beste Antwort auf die Suchanfrage liefern, dann besteht die Chance auf einen Featured Snippet. Die Konkurrenz in diesem Bereich ist aber sehr groß, trotzdem lohnt es sich zu versuchen.

Wie kann man die Homepage für Featured Snippets optimieren?

Das wichtigste ist, wie bereits mehrmals erwähnt, den Nutzern einen hochqualitativen Inhalt zu bieten. Es heißt nicht, dass man etwas an dem Schreibstil ändern muss. Wichtig ist es, kleine Details hinzuzufügen um besser mit den Nutzern und Google arbeiten zu können. Beispielweise, man kann immer mit der Definition eines Begriffs anfangen, den man in dem Artikel oder im Titel verwenden möchte. Google kann eventuell diesen Teil des Inhalts als die relevanteste Kurzantwort auf die Suchanfrage in Erwägung ziehen.

Zusätzlich soll man den sog. „Schema Markup“ verwenden. Es ist einer der wichtigsten Elemente, der einer Homepage dazu verhelfen kann höher in den SERPs angezeigt zu werden.

Bei dem Schema Markup handelt es sich um einen Code, der den Suchmaschinen erleichtern soll die Inhalte einer Website zu verstehen und diese anschließend in den Suchergebnissen darzustellen.

Zusammenfassend - die Trends ändern sich von Tag zu Tag und keiner außer Google weiß Bescheid, welche Änderungen auf die Webseitenbetreiber zukommen werden. Es ist daher von großer Bedeutung die SEO-Strategie und das Geschäftsmodell an die sich ständig ändernde Umstände permanent anzupassen um in dem Rennen um die Nische die bestmögliche Position zu erreichen.

Portrait

FenixAM Webdesign bietet innovative Lösungen im Bereich der Webseitengestaltung und Suchmaschinenoptimierung (SEO) an. Das Angebot richtet sich an Kunden im Rhein-Main-Gebiet (u.a. in Frankfurt am Main und Offenbach am Main) und umfasst eine komplexe Gestaltung von professionellen Firmenwebseiten - von individuellem Webdesign, einer kompletten Programmierung bis zur Suchmaschinenoptimierung. Im Vordergrund von allen Webprojekten steht immer der Benutzer im Mittelpunkt – deswegen zeichnen sich alle von FenixAM Webdesign erstellten Webseiten vor allem durch hohe Ästhetik, Benutzerfreundlichkeit und vor allem Funktionalität aus.

News-ID: 1202556 • Views: 1458 (Stand: 19.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1202556/SEO-Trends-2021.html>