

Ein Ranking ist nur ein Zeitpunkt: GrandEdu Media trainiert SEO/SEM über Zeitreihen

24.09.2026, 15:18 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *GrandEdu*



Zeitreihen statt Momentaufnahme: Search-Performance über dokumentierte Veränderungen beurteilen

Herford, 24. September 2026. Ein Ranking, ein Klickpreis oder eine Conversion-Rate wirkt auf den ersten Blick eindeutig. Für eine belastbare Entscheidung im Suchmaschinenmarketing reicht ein einzelner Messpunkt jedoch selten aus. GrandEdu Media rückt deshalb Zeitreihen als zentrales Arbeitsmittel im SEO/SEM Management in den Mittelpunkt. Wer organische und bezahlte Sichtbarkeit steuert, sollte nicht nur fragen, wo eine Kennzahl heute steht, sondern wie sie sich entwickelt hat, welche Eingriffe vorausgingen und welche Alternativerklärungen geprüft wurden.

Der Ansatz ist Teil der Live-Online-Weiterbildung SEO/SEM Management. Im Search Performance Lab arbeiten Teilnehmende mit Suchanfragen, Keyword-Clustern, technischen Signalen, Rankings, Kampagnendaten und Zeitverläufen. Die aktuelle Kursbeschreibung verbindet organische und bezahlte Sichtbarkeit ausdrücklich mit Analyse, Bewertung und kontinuierlicher Optimierung. Damit wird Search Management als wiederholbarer Entscheidungsprozess behandelt – nicht als Sammlung isolierter Momentaufnahmen.

Ein Messpunkt kennt seine Vorgeschichte nicht

Eine Position in den Suchergebnissen kann sich verändern, ohne dass die zuletzt umgesetzte Maßnahme die einzige Ursache ist. Wettbewerb, Saisonalität, technische Änderungen, neue Inhalte, Nachfrageverschiebungen oder ein veränderter Kampagnenmix wirken gleichzeitig. Auch ein günstiger Klickpreis ist allein noch kein Qualitätsbeleg, wenn Suchanfrage, Anzeigenversprechen und Zielseite nicht zusammenpassen. Ein einzelner Wert beschreibt einen Zustand; eine Zeitreihe macht Verlauf, Schwankung und mögliche Brüche sichtbar.

Für die Praxis bedeutet das: Vor einer Optimierung braucht es eine Ausgangslinie. Sie sollte einen ausreichend langen Zeitraum umfassen und nur Kennzahlen enthalten, die zum Ziel passen. Bei einer Informationsseite können Sichtbarkeit, qualifizierte Besuche und Interaktion relevant sein. Bei einer Suchkampagne kommen Budget, Impressionen, Klicks, Kosten und definierte Zielhandlungen hinzu. Nicht jede verfügbare Kennzahl muss in dasselbe Dashboard. Entscheidend ist, welche Frage beantwortet werden soll.

Änderungen brauchen einen Zeitstempel

Eine Zeitreihe wird erst dann zur Entscheidungsgrundlage, wenn Veränderungen dokumentiert sind. Dazu gehören beispielsweise ein neuer Seitentitel, überarbeitete Inhalte, technische Korrekturen, veränderte Gebote, neue Ausschlüsse oder eine angepasste Zielseite. Ohne Datum und kurze Begründung bleibt später unklar, welche Entwicklung möglicherweise mit welcher Maßnahme zusammenhängt.

GrandEdu Media empfiehlt dafür ein schlichtes Änderungsprotokoll. Es hält Ausgangshypothese, Eingriff, Zeitpunkt, betroffene Suchbegriffe oder Seiten, erwartetes Signal und vorgesehenen Prüfzeitraum fest. Eine solche Notiz beweist noch keine Ursache. Sie verhindert aber, dass Teams rückblickend nur die Maßnahmen erinnern, die scheinbar erfolgreich waren, oder mehrere parallele Änderungen einer einzigen Erklärung zuschreiben.

Organisch und bezahlt getrennt lesen

SEO und SEM reagieren nicht im selben Takt. Eine bezahlte Kampagne kann nach einer Freigabe schnell neue Daten liefern. Organische Änderungen benötigen häufig mehr Zeit, bis Crawling, Indexierung, Wettbewerb und Nachfrage im Verlauf erkennbar werden. Werden beide Kanäle in einem Diagramm gezeigt, müssen diese unterschiedlichen Reaktionszeiten sichtbar bleiben.

Auch die Steuerungslogik unterscheidet sich. Bei bezahlter Suche lassen sich Budget, Gebot, Anzeige und Zielseite direkt verändern. Organische Sichtbarkeit hängt zusätzlich von technischer Zugänglichkeit, inhaltlicher Relevanz, interner Struktur und externen Marktbewegungen ab. Ein gemeinsamer Zielrahmen ist sinnvoll; identische Bewertungsfristen oder pauschale Erfolgsgrenzen sind es nicht.

Schwankung ist nicht automatisch ein Signal

Jede Zeitreihe enthält Bewegung. Wochenenden, Ferien, Feiertage, Kampagnenstarts oder saisonale Nachfrage können Muster erzeugen, die nicht mit einer Qualitätsänderung gleichzusetzen sind. Deshalb sollte ein aktueller Zeitraum nicht nur mit dem direkt vorherigen Abschnitt verglichen werden. Je nach Fragestellung können Vorjahreszeiträume, wiederkehrende Wochenmuster oder kontrollierte Testgruppen sinnvoller sein.

Genauso wichtig ist die Datenqualität. Fehlende Tracking-Tage, geänderte Einwilligungsraten, neue Filter oder eine umgestellte Messdefinition können einen Bruch erzeugen, der im Diagramm wie Marktverhalten aussieht. Vor jeder Interpretation steht daher die Frage, ob über den gesamten Zeitraum dasselbe gemessen wurde. Erst danach lässt sich fachlich diskutieren, welche Maßnahme plausibel zum Verlauf beigetragen haben könnte.

Vom Diagramm zur nächsten Entscheidung

Gute Analyse endet nicht bei der Beschreibung „gestiegen“ oder „gefallen“. Sie führt zu einer begrenzten nächsten Handlung. Das kann bedeuten, eine Hypothese länger zu beobachten, eine Zielseite fachlich zu überarbeiten, technische Ursachen zu prüfen oder einen Kampagnentest sauberer abzugrenzen. Ein klar benannter nächster Schritt ist wertvoller als ein Dashboard mit vielen Kennzahlen, für die niemand Verantwortung übernimmt.

Ein praktikabler Rhythmus umfasst vier Fragen: Welche Veränderung ist im Zeitverlauf sichtbar? Welche dokumentierten Eingriffe und externen Faktoren kommen als Erklärung infrage? Welche Unsicherheit bleibt bestehen? Welche einzelne Maßnahme oder Prüfung folgt daraus? So entsteht ein Lernkreislauf, in dem Entscheidungen nachvollziehbar bleiben und neue Daten die ursprüngliche Annahme bestätigen, einschränken oder widerlegen können.

Search Performance Lab verbindet Analyse und Anwendung

Die GrandEdu-Weiterbildung führt von strategischer Ausrichtung und Zielsystemen über Inhalte, Relevanz und technische Rahmenbedingungen bis zur Steuerung bezahlter und organischer Sichtbarkeit. Im Search Performance Lab

werden Datensätze, technische Signale und Zeitverläufe in realistischen Szenarien ausgewertet. Live-Unterricht, Praxisphasen und persönliches Feedback sollen dabei helfen, Beobachtung und Handlungsempfehlung sauber zu trennen.

Nach den aktuell veröffentlichten Angaben dauert der Kurs einen Monat in Vollzeit oder zwei Monate in Teilzeit. Der Unterricht findet werktags live im virtuellen Klassenzimmer statt; besondere Vorkenntnisse werden nicht vorausgesetzt, Interesse an Suchmaschinen, Daten und digitalem Marketing ist hilfreich. Als Abschluss ist das GrandEdu-Zertifikat „SEO/SEM Management“ ausgewiesen. Mögliche Tätigkeitsfelder liegen unter anderem in SEO, SEA/SEM, Search Analytics, Performance Marketing und digitaler Marketingkoordination. Eine bestimmte Stelle, ein Einkommen oder ein messbarer Kampagnenerfolg wird daraus nicht garantiert.

Förderfähigkeit bleibt eine Einzelfallentscheidung

GrandEdu Media weist die Maßnahme als AZAV-zertifiziert und grundsätzlich mit Bildungsgutschein förderfähig aus. Eine tatsächliche Förderung setzt jedoch die persönlichen Voraussetzungen, ein passendes Bildungsziel sowie die erforderliche Zulassung von Träger und konkreter Maßnahme voraus. Über Art, Umfang und Bewilligung entscheidet ausschließlich die zuständige Agentur für Arbeit, das Jobcenter oder ein anderer zuständiger Kostenträger nach individueller Prüfung. Die GrandEdu-Seite zum Ablauf des Bildungsgutscheins ordnet die Vorbereitung des Beratungsgesprächs und der Unterlagen ein.

Analysekompetenz zeigt sich im Verlauf

„Ein Dashboard beantwortet keine Frage, die vorher nicht gestellt wurde“, sagt Dr. Tobias Oberdieck, Geschäftsführer der GrandEdu GmbH. „Wer Zeitreihen mit Änderungsprotokollen verbindet, kann Beobachtung, Vermutung und Entscheidung besser auseinanderhalten. Genau diese Trennschärfe ist für professionelles SEO/SEM wichtiger als die Jagd nach einem einzelnen Tageswert.“

Mit dem neuen Schwerpunkt macht GrandEdu Media deutlich: Suchmaschinenmarketing wird nicht durch Momentaufnahmen steuerbar. Belastbar wird es, wenn Ziele vorab definiert, Eingriffe dokumentiert, organische und bezahlte Signale in ihrem jeweiligen Takt gelesen und Datenlücken offen benannt werden. Ein Ranking bleibt ein Zeitpunkt. Eine nachvollziehbare Zeitreihe kann daraus einen prüfbaren Lern- und Entscheidungsprozess machen – ohne Ranking-, Klick-, Kosten-, Umsatz-, Förder- oder Beschäftigungsgarantie.

GrandEdu GmbH

Leopoldstr. 2-8
32051 Herford
Deutschland

Dr. Tobias Oberdieck (Geschäftsführer)

052218897710

tobias.oberdieck@grandedu.de

www.grandedu.eu

Portrait

Die Geschichte der GrandEdu beginnt im Jahr 2014. Die Gründer, Dr. Peter Schlecht und Dr. Tobias Oberdieck, lernten

sich während ihres Studiums der Steuern und Wirtschaftsprüfung kennen. Bereits zu dieser Zeit verband sie eine gemeinsame Überzeugung: Komplexe Inhalte müssen nicht kompliziert vermittelt werden. Effektives, verständliches und praxisnahes Lernen stand von Anfang an im Mittelpunkt ihres Denkens.

Aus dieser Haltung heraus übernahmen sie früh eine Vielzahl von Tutorien und Repetitorien und sammelten umfangreiche Lehrerfahrung. Es folgten nationale und internationale Lehraufträge, unter anderem in London, Paris, Warschau und Valletta, sowie Tätigkeiten für verschiedene renommierte Bildungseinrichtungen. Die durchweg positive Resonanz der Studierenden und Teilnehmer bestätigte den eingeschlagenen Weg und führte schließlich zur Gründung der GrandEdu GmbH.

Die Gründer verfügen über eine außergewöhnlich breite didaktische und fachliche Expertise. Beide waren aktiv in Prüfungsausschüssen eingebunden und kennen die Anforderungen von Prüfungen und Abschlüssen aus erster Hand. Ihre Lehrleistungen wurden mehrfach ausgezeichnet:

Dr. Tobias Oberdieck erhielt den Tutorenpreis für exzellente Lehre 2019, Dr. Peter Schlecht den Tutorenpreis 2020 an der Hochschule Niederrhein. Diese Auszeichnung ist beim Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gelistet und würdigt herausragende Beiträge zur akademischen Lehre sowie innovative didaktische Konzepte.

Mit dem konsequenten Fokus auf Qualität, Praxisnähe und digitale Lernformate entwickelte sich GrandEdu in kurzer Zeit zu einem der führenden Anbieter im Bereich der beruflichen Weiterbildung. Diese Entwicklung wurde auch extern vielfach bestätigt. Zu den wichtigsten Auszeichnungen zählen:

FOCUS Top-Anbieter für Weiterbildung 2025 und 2026

WirtschaftsWoche: Beste digitale Bildungsanbieter 2025

WirtschaftsWoche: Top digitale Bildungsanbieter 2024

PLUS X AWARD 2025 und 2026: Beste Fernschulen Deutschlands

FOCUS Leading Innovator 2026

kununu Top Company 2026

SZ Institut: Beste berufliche Weiterbildung 2026

Diese Auszeichnungen unterstreichen nicht nur die hohe fachliche Qualität der Programme, sondern auch die Innovationskraft, Arbeitgeberattraktivität und konsequente Teilnehmerorientierung der GrandEdu.

Im Jahr 2023 wurde die GrandEdu GmbH strategisch weiterentwickelt und in die GrandEdu Holding integriert. Damit wurde der Grundstein für nachhaltiges Wachstum, den Ausbau internationaler Kooperationen und die kontinuierliche Weiterentwicklung moderner, digitaler Bildungsangebote gelegt.

Heute steht GrandEdu für exzellente Lehre, geprüfte Qualität, innovative Lernkonzepte und messbare Karriereerfolge – getragen von der klaren Vision, Bildung einfach, wirksam und zukunftsorientiert zu gestalten.