SEO-Kosten & KI-Suche 2026: Ein Leitfaden für KMU (mit konkreten Budgetbeispielen)



Das Wichtigste in Kürze: SEO-Investitionen

- SEO ist eine langfristige Investition, weil AI Overviews und der KI-Modus von Google nur noch die hilfreichsten und vertrauenswürdigsten Quellen direkt in der Suche anzeigen.
- Ein professionelles SEO-Audit ist deine Standortbestimmung: Es räumt technische Hürden aus dem Weg und legt die Basis für eine klare SEO- und KI-Strategie.
- Konzentriere dich auf drei bis fünf Kernthemen, die echte Probleme deiner Kund:innen lösen – diese Tiefe erhöht deine Chance, in KI-Antwortboxen als Quelle aufzutauchen.
- Erfolg braucht ein verlässliches Monatsbudget aus Zeit oder Geld, damit du kontinuierlich an deiner Sichtbarkeit arbeiten kannst, statt Energie in teure Kurzaktionen zu stecken.

Wenn du ein kleines oder mittleres Unternehmen führst, investierst du viel Energie in dein Geschäft. Dein Geld und deine Zeit sind wertvoll – jede Ausgabe soll dir neue Kund:innen bringen. Viele fragen: „Was kostet SEO?“, “Wie hoch sind die Kosten für eine monatliche SEO-Betreuung?”. Ich sehe SEO als eine langfristige Investition. Sie bringt dir qualifizierte Anfragen und mehr Umsatz.

Die Google-Suche wird 2026 anders aussehen als noch vor ein paar Jahren. Das liegt vor allem an den neuen AI Overviews und dem KI-Modus von Google, die seit März 2025 Schritt für Schritt in europäischen Ländern ausgerollt werden. Für dich heißt das: Ein Teil der Suchenden erhält Antworten direkt in der Suchergebnisseite – und nur die hilfreichsten und vertrauenswürdigsten Inhalte werden dort als Quellen aufgeführt.

Ich gebe dir in diesem Leitfaden eine Orientierung zu den Aufwänden für professionelle SEO Arbeit. Du erfährst, welche Budgets in deiner Situation realistisch sind. Ich zeige dir, was du selbst leisten kannst und wo sich Hilfe vom Experten oder der Expertin lohnt. Ich

nenne dir konkrete Beispiele für Monatsbudgets und Zeitaufwände. Dieser Beitrag soll dir helfen, ein klares Gefühl für die nötige Zeit und das passende Budget zu bekommen. Denn das ist gar nicht immer so einfach abzuschätzen.

Mein Tipp ist: Plane dein Budget für die Sichtbarkeit in drei klaren Bereichen. So behältst du den Überblick über deine SEO-Ausgaben.

Starte mit einem **gründlichen SEO-Audit**. Dieser Check **zeigt technische Hürden und Lücken in deinen Inhalten**. Er erklärt, warum Kund:innen dein Unternehmen bisher vielleicht einfach übersehen haben. Betrachte SEO wie ein **dauerhaftes Training** im Fitnessstudio: Wenn du pausierst, schwindet die Kraft – ohne Pflege sinkt auch deine Sichtbarkeit wieder. Das Audit dient dir als Trainingsplan.

Ein fachgerechtes **Erst-Audit für kleine Unternehmen kostet** meist **zwischen 1.000 € und 3.000 €**. Diese erste Analyse ist überwiegend der **aufwendigste Part**. Wenn du die abgeleiteten Handlungsempfehlungen regelmäßig umsetzt, sind **Nachfolge-Audits deutlich günstiger**. Ich empfehle dir diesen **Check alle 12 bis 24 Monate**. Die laufenden monatlichen Kosten entstehen vor allem bei der Content Optimierung.

Wenn du die Kosten für ein SEO-Audit vergleichst, achte genau darauf, welche Leistungen enthalten sind. Ein **seriöses Audit** umfasst nicht nur eine **automatische Tool-Auswertung**, sondern **prüft** (gern auch manuell) **Technik, Struktur, Inhalte, interne Verlinkung** und häufig auch dein **Tracking-Setup (Google Analytics und Co. sind korrekt eingerichtet und korrekt messen korrekt)**. Wichtig ist außerdem, ob du am Ende nur ein PDF mit Fehlerlisten bekommst oder einen priorisierten **Maßnahmenplan mit ganz klaren Handlungsschritten** – erst dieser Fahrplan macht das Audit für dich im Alltag wirklich nutzbar.

Zu einem gründlichen SEO-Audit gehört für mich mehr als Technik. Ich erarbeite mit meinen Kund:innen vorab immer ein klares **Zielgruppenprofil** und schaue mir die wichtigsten **Mitbewerber:innen** genau an. Aus dieser **Wettbewerbsanalyse** entsteht die passende SEO-Strategie: Wir sehen, welche Themen, Suchbegriffe und Formate in deiner Branche funktionieren – und wo du dich bewusst abheben kannst.

Erstelle Inhalte, die echte Probleme deiner Kund:innen lösen. Dabei zählen Themen mehr als einzelne Suchbegriffe. Verknüpfe einen Ratgeber mit einer Liste häufiger Fragen und füge praktische Beispiele hinzu. Solche Texte haben eine deutlich höhere Chance, in KI-Antworten wie Googles AI-Overviews als Quelle zitiert zu werden. Das gilt besonders bei aktuellen Daten und einer klaren Struktur. Ein hilfreicher Text bringt dir mehr als zehn oberflächliche Seiten.

Plane für einen **exzellenten Fachtext etwa 4 bis 8 Stunden Arbeitszeit** ein. In dieser Zeit recherchierst du Fakten, planst die Struktur, schreibst den Inhalt und optimierst den fertigen Text. Je nach Branche und Tiefe deines Themas variiert dieser Aufwand. Komplexe Themen benötigen oft mehr Zeit für die Recherche.

Erstellst du deine Inhalte selbst? Dann reserviere dir monatlich zwischen 8 und 25 Stunden in deinem Kalender. Falls du diese Arbeit abgibst, kosten solche Texte je nach Thema meist zwischen 300 € und 600 € pro Stück.

Ich erkläre dir in meinem Beitrag zur Bedeutung von E-E-A-T, wie du deine digitale Autorität gezielt aufbaust.

Sorge dafür, dass Google und KI (ChatGPT, Claude, Perplexity etc.) dich als glaubwürdige Quelle einstufen. Fachleute nutzen dafür den Begriff „E-E-A-T„. Dieser steht für **Erfahrung, Expertise, Autorität und Vertrauenswürdigkeit**. E-E-A-T ist **kein einzelner Rankingfaktor, sondern ein Qualitätsrahmen**. Google nutzt ihn, um die Vertrauenswürdigkeit deiner Inhalte zu bewerten.

Baue dieses Vertrauen durch Empfehlungen anderer **Expertinnen** oder echte Kundenbewertungen auf. Auch dieser Bereich erfordert Budget für digitale PR, Branchenportale oder Kooperationen. Plane hierfür je nach Strategie und Wettbewerb zwischen einigen hundert und wenigen tausend Euro pro Monat ein. Ein starker digitaler Ruf macht dich widerstandsfähiger gegen Wettbewerber:innen. Er verringert das Risiko größerer Sichtbarkeitsverluste bei großen Algorithmus-Updates (Core Updates).

Viele KMU starten mit „SEO selbst machen“ und merken schnell, dass **technische Suchmaschinenoptimierung** und **strukturierte Website-Optimierung viel Zeit** kosten. Du kannst einige SEO-Aufgaben gut selbst erledigen: So pflegst deine Öffnungszeiten im Google Unternehmensprofil, beantwortest Kundenfragen in kurzen Beiträgen auf deiner Website und schreibst einfache Texte aus deiner praktischen Erfahrung heraus.

Doch beim Selbermachen hat SEO klare Grenzen. **Fachwissen benötigst du bei der technischen Struktur deiner Website**. Schon ein falsch gesetzter Haken in den Einstellungen kann wichtige Bereiche für Google unsichtbar machen, und du verschwendest viel Zeit, ohne sichtbare Ergebnisse zu erreichen.

Die Sichtbarkeit in KI-Systemen ist noch komplexer. Ein SEO-Plugin reicht hier nicht aus – es ist ein Werkzeug, aber kein Strategie. Es zeigt dir grüne Ampeln, schreibt aber keine hilfreichen Texte und denkt nicht in Themen-Clustern. **Die Optimierung für AI erfordert ein gutes Verständnis für strukturierte Daten** (Schema.org) und für die **inhaltliche Logik** deiner Texte, damit KI-Modelle deine Inhalte sicher einordnen können.

Rechne ehrlich mit deiner Zeit. Wenn du dauerhaft unter 5 bis 10 Stunden im Monat bleibst, sind stabile Erfolge in den meisten Fällen schwierig. **Weniger als 3 Stunden im Monat** reichen meist nur, um **kleine Fehler** zu beheben. Wenn du diese Zeit nicht hast, ist ein monatliches Budget für Unterstützung oft effizienter – verstreute Stunden ohne klaren Plan kosten dich am Ende mehr Geld als eine

klare Zusammenarbeit mit einem Experten oder einer Expertin.

Wann lohnt sich die Unterstützung durch einen Profi? Hole dir Hilfe bei einem **Website-Relaunch**, bei **starken Ranking-Verlusten** oder wenn du dich in einem **harten Wettbewerb** bewegst. Dann brauchst du eine durchdachte Fach-Strategie für Technik, Inhalte und KI, während du dich auf dein Kerngeschäft konzentrierst.

Wenn du einen neuen Webauftritt planst, hilft dir mein Leitfaden für einen erfolgreichen Website-Relaunch bei der Vorbereitung.

Kurzüberblick: Typische SEO-Budgets für KMU (2026)

- **Lokales Dienstleistungsunternehmen: ca. 700–1.500 Euro monatlich** für laufende Betreuung, lokale Sichtbarkeit und regelmäßige Inhalte.
- **Regionaler Onlineshop: ca. 1.500–3.000 Euro monatlich** für technische Pflege, Sortiments-Optimierung und Content-Ausbau.
- **B2B-Dienstleister mit erklärungsbedürftigen Angeboten: ca. 1.500–3.000 Euro** und mehr für strategische Inhalte, Lead-Generierung und Positionierung als Expert:in.

Diese Spannbreiten sind bewusst sehr grob – sie geben dir eine Richtung, **ersetzen** aber **kein individuelles Angebot**, das deine Website, deinen Markt und deine Ziele berücksichtigt.
Deine Website braucht Zeit, um Vertrauen bei Google aufzubauen. Ich teile den SEO-Prozess immer in zwei Phasen ein:

- **Monate 1–3:** Der Aufwand ist besonders hoch. Ich führe das technische Audit durch, bereinige Altlasten und erstelle den Content-Plan. In dieser Phase investiere ich viel Zeit in das Projekt.
- **Monate 4–12:** Es folgt die Umsetzung: Neue Inhalte werden erstellt oder bestehende überarbeitet, und die Ergebnisse werden überwacht.

In vielen Fällen dauert es **3 bis 12 Monate**, bis **erste stabilere Rankings und Sichtbarkeit in KI-Antwortboxen** entstehen. Die Spanne von 3 bis 12 Monaten ist ein branchenüblicher Orientierungswert. **Wie schnell du Ergebnisse siehst, hängt stark von deinem Wettbewerb, deiner Ausgangslage und deinem eigenen Einsatz bei der Umsetzung der Maßnahmen ab** – eine feste Erfolgsgarantie gibt es im SEO leider nicht.

Wenn du SEO nach drei Monaten abbrichst, verlierst du effektiv Geld. Du hast dann die Kosten für den Aufbau getragen, erlebst aber die „Erntephase“ nicht mehr.

Viele Unternehmer:innen fragen mich nach dem Vergleich mit bezahlten Anzeigen (Google Ads oder SEA). **Bezahlte Anzeigen bringen dir sofort Besucher:innen auf deine Seite**. Beendest du dein Budget, stoppt dieser Strom an Gästen sofort. **SEO** baut dagegen einen **bleibenden Wert** auf deiner Webseite auf. Deine Kosten pro neuem Kunden oder neuer Kundin sinken langfristig. Obwohl du für den einzelnen Klick nichts bezahlst, investierst du weiterhin Zeit und Budget in die Pflege deiner Seite und in neue Inhalte.

Hier siehst du die Unterschiede im Überblick:

Merkmal	Google Ads (SEA)	SEO & KI-Suche (AI Overviews)
Zeit bis zur Wirkung	Sofort	3 bis 12 Monate
Kosten pro Klick	Bleiben gleich oder steigen	Sinken langfristig
Nachhaltigkeit	Gering (stoppt ohne Budget)	Hoch (wirkt dauerhaft)
KI-Sichtbarkeit	Indirekt (Anzeigen stehen oft unter der KI-Box)	Möglich durch Zitationen bei hilfreichen Inhalten

Wie messe ich deinen Erfolg im Jahr 2026? Dein wichtigstes Ziel sind **echte Anfragen** über deine Webseite. Zusätzlich betrachte ich die **„AI Visibility“**. Ich empfehle die Prüfung durch Stichproben und Tools. So lässt sich feststellen, wie oft KI-Systeme dein Unternehmen als Lösung für ein Problem nennen. Das gibt dir ein besseres Gefühl für deinen Status als Expert:in in deiner Nische.

Im Expertengespräch mit Marie-Luise Grübler und Michael Schade erfährst du wie du SEO und SEA gewinnbringend für dein Unternehmen kombinierst.

Die Kosten für SEO hängen stark von deiner Branche, deinem Wettbewerb und deiner eigenen Mitarbeit ab. Die folgenden Beispiele dienen als branchenübliche Orientierungswerte für deine Planung, ersetzen jedoch kein individuelles Angebot.

Viele Solo-Unternehmer:innen starten mit einer schlanken Website mit wenigen Leistungsseiten und eventuell einem Blog. Hier liegt der Fokus darauf, ein sauberes Fundament zu legen und Schritt für Schritt gezielte Inhalte aufzubauen.

- **Orientierungswert:** ca. 400 bis 900 Euro pro Monat – je nach Eigenleistung und regionalem Wettbewerb.
- **Wichtige Aufgaben:** Schärfung deines Zielgruppenprofils, Analyse der wichtigsten Mitbewerber:innen und eine klare Strukturierung deiner Leistungsseiten. Die Optimierung der technischen Basis gehört ebenso dazu wie die Unterstützung

bei ein bis zwei neuen oder überarbeiteten Texten pro Monat.
- **Nutzen:** Du wirst für wichtige Kernbegriffe sichtbar, stärkst deinen Expertenstatus und gewinnst erste stabile Anfragen, ohne dein gesamtes Marketingbudget zu binden.

Hier ist der Wettbewerb geografisch begrenzt. Eine Optimierung für „Zahnarzt Hannover“ ist beispielsweise mit weniger Aufwand verbunden als für den allgemeinen Begriff „Zahnarzt“.

- **Typisches Budget:** etwa 500 bis 1.500 Euro pro Monat für Unternehmen in kleineren oder mittleren Städten; in sehr kleinen Märkten kann ein Einstieg ab rund 500 Euro sinnvoll sein, in härter umkämpften Regionen liegt das Budget höher.
- **Wichtige Aufgaben:** Strategische Beratung zur lokalen Positionierung, Pflege und Optimierung des Google Unternehmensprofils, konsistente Adressdaten in Verzeichnissen sowie der Aufbau von Bewertungen als Vertrauenssignal.
- **Nutzen:** Suchanfragen wie „in der Nähe“ führen oft direkt zu Anrufen, Terminanfragen oder Ladenbesuchen.

Onlineshops sind besonders anspruchsvoll, da viele Produkte, Filter und Kategorien technisch sauber zusammenspielen müssen.

- **Typisches Budget:** ca. 1.500 bis 5000 Euro pro Monat – je nach Sortimentsgröße, Technik und Wettbewerb, für sehr große oder international ausgerichtete Shops können die Budgets darüber liegen.
- **Wichtige Aufgaben:** Umfassende Mitbewerber-Analyse im Shop-Umfeld, Lösen technischer Probleme wie Duplicate Content und Entwicklung einer klaren Kategoriestruktur. Darauf baut ein Content-Plan für Kategorien, Ratgeber und FAQ auf.
- **Herausforderung:** Du konkurrierst direkt mit großen Plattformen. Ohne eine präzise Strategie und technische Exzellenz geht ein Shop in der Masse unter.

Im B2B-Bereich steht dein Expertenstatus im Vordergrund. Fachleute suchen nach sehr speziellen Lösungen und prüfen Anbieter vor einer Anfrage gründlich.

- **Typisches Budget:** etwa 1.000 bis 3.500 Euro pro Monat für kleine und mittlere B2B-Unternehmen.
- **Wichtige Aufgaben:** Tiefgehende Analyse der Entscheidungsprozesse deiner Zielgruppe, Erstellung fachlich fundierter Inhalte wie Fallstudien (Case Studies) oder Whitepaper sowie die strategische Beratung zum Sales-Funnel.
- **Nutzen:** Da Projekte im B2B oft hohe Volumina haben, kann bereits ein einziger gewonnener Auftrag die SEO-Kosten eines ganzen Jahres decken.

Die **ersten drei Monate einer Zusammenarbeit sind die intensivste Zeit**. In dieser **Initialphase** findet die **strategische Weichenstellung** statt. Der **Arbeitsaufwand** ist hier meist deutlich **höher**, als das monatliche Budget abdeckt. In diesen Monaten fließen viele Stunden in die strategische Beratung, die Definition deiner Zielgruppen-Personas und die Analyse deiner stärksten Mitbewerber:innen. Es werden Keyword-Sets erstellt, Content-Pläne entwickelt und Tracking-Systeme aufgesetzt, um den Erfolg später messbar zu machen.

Ab dem vierten Monat verschiebt sich der **Fokus auf die laufende Betreuung und Umsetzung**. Wer SEO nach drei Monaten wieder stoppt, nutzt den Wert dieser Anfangsinvestition meist nicht aus. Da in der Startphase die setup-intensiven Kosten getragen wurden, wird ohne Ausdauer die „Erntephase“ – in der die Maßnahmen greifen – nicht mehr erlebt. Verträge mit festen Mindestlaufzeiten von 6 oder 12 Monaten sichern diesen notwendigen strategischen Zyklus ab.

Heutiges SEO hat sich zu einem ganzheitlichen Ansatz gewandelt. Es ist de facto ein **„Website-Qualitätsmanagement“**. Ein Budget von beispielsweise 2.000 Euro umfasst heute oft auch die UX-Optimierung (Nutzerführung) und die Conversion-Optimierung. Traffic bringt keinen wirtschaftlichen Nutzen ohne Umsatz. Deshalb gehören auch optimierte Layouts und klare Handlungsaufforderungen (Call-to-Actions) zum Leistungsumfang von externen SEO-Dienstleistern.

Angebote für 100 oder 200 Euro im Monat klingen verlockend, halten einer ehrlichen wirtschaftlichen Prüfung aber selten stand. Bei marktüblichen Stundensätzen für Fachkräfte bleiben bei einem solchen Budget meist nur zwei bis drei Stunden Arbeitszeit pro Monat übrig. In dieser Zeit lassen sich weder eine individuelle Strategie entwickeln noch hochwertige Texte erstellen oder technische Probleme gründlich lösen.

Die Folge ist oft eine Art **„Placebo-SEO“**: Du bekommst zwar automatisierte Reports, aber an deiner echten Sichtbarkeit ändert sich kaum etwas.

Das größte Risiko bei Billig-Angeboten ist nicht nur der Verlust des monatlichen Beitrags, sondern möglicher Schaden an der Vertrauenswürdigkeit deiner Domain in den Augen von Google. Unseriöse Methoden führen mitunter zu algorithmischen Abstufungen oder im Extremfall zu einer manuellen Abstrafung durch Google.

- **Sichtbarkeitsverlust:** Eine Webseite kann komplett aus dem Index verschwinden oder durch Algorithmen massiv herabgestuft werden.
- **Aufwendige Rettung:** Die Bereinigung einer solchen Abstrafung durch Senior-Expert:innen ist kostspielig und nimmt oft viele Monate in Anspruch.
- **Umsatzausfall:** Der entgangene Gewinn in dieser Zeit kann für kleine Unternehmen existenzbedrohend sein.

Häufig arbeiten Anbieter im Niedrigpreis-Segment mit langen Laufzeiten und Versprechen, die kaum überprüfbar sind. Formulierungen wie „Wir garantieren eine Ranking-Verbesserung“ sind formal oft wertlos: Ein Sprung von Platz 90 auf Platz 70 ist zwar eine Verbesserung, bringt dir und deinem Unternehmen aber noch keine/n neue/n Besucher:in oder Kund:in.

Ein faires Angebot zeichnet sich durch Transparenz und eine realistische Kalkulation aus. Diese Punkte helfen bei der Entscheidung:

- **Keine Ranking-Garantien:** Niemand kann Google-Platzierungen diktieren. Seriöse Partner garantieren die Qualität ihrer Arbeit, nicht eine exakte Position.
- **Individuelles Konzept:** Das Angebot basiert auf einer vorherigen Analyse deiner Zielgruppen und Mitbewerber:innen, nicht auf einem Standardpaket.
- **Transparente Leistung:** Es ist klar ersichtlich, wie viele Stunden in welche Bereiche (Technik, Content, Strategie) fließen.
- **Realistische Stundensätze:** Qualifizierte Freelancer:innen starten häufig ab etwa 80 bis 120 Euro pro Stunde. Agenturen liegen je nach Teamgröße und Spezialisierung oft darüber.
- **Aussagekräftiges Reporting:** Die Berichte zeigen nicht nur Listen von Suchbegriffen, sondern auch, wie sich Sichtbarkeit, Besucherzahlen und echte Anfragen über deine Webseite entwickeln.

Gute Sichtbarkeit folgt einem klaren Plan. Ob du in den klassischen Suchergebnissen oder in den AI Overviews stehst, entscheidest du durch deine Inhalte. Wähle deine Investition mit Bedacht: Qualität steht für mich immer über Quantität. Ein hilfreicher Text bringt dir mehr als viele mittelmäßige Seiten. Da künstliche Intelligenz die Erstellung von Durchschnittstexten fast kostenlos macht, steigt der Anspruch an Fachwissen und Einzigartigkeit massiv. Der „Human Touch“ – also echte Expertise und Empathie – wird zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Denke bei deinem SEO-Budget realistisch an Zeit und Geld. Lege einmal fest, welchen Betrag du Monat für Monat in deine Sichtbarkeit investieren kannst – ob in Form von eigener Arbeitszeit oder als Honorar für eine SEO-Dienstleistung. Plane lieber ein solides, dauerhaftes Budget als kurzfristige Strohfeuer, denn nur so wachsen deine Rankings und deine KI-Sichtbarkeit Schritt für Schritt.

Das sind meine Empfehlungen für deinen Start:

1. **Beauftrage ein SEO-Audit als Standortbestimmung.** Ein professionelles SEO-Audit klärt die aktuelle Lage. Es deckt technische Hürden auf und zeigt, wo Potenziale im Vergleich zum Wettbewerb liegen. Ein solches Audit bildet die Basis für alle weiteren Schritte. Regelmäßige Folge-Audits kosten dich später weniger Geld.
2. **Wähle drei bis fünf wichtige Themen für deine Kund:innen aus.** Erstelle dazu hilfreiche Ratgeber oder Leitfäden. Diese Texte beantworten echte Fragen und sind ideal für die Sichtbarkeit in der KI-Suche.
3. **Nutze für technische Fragen und deine KI-Strategie professionelle Hilfe.** Du sparst dadurch wertvolle Zeit. Zudem vermeidest du teure Fehlversuche in der Struktur deiner Webseite.
4. **Zeitbudget realistisch planen:** Sichtbarkeit entsteht durch Kontinuität. Plane entweder ein festes monatliches Zeitbudget für die eigene Arbeit ein oder delegiere Aufgaben an Expert:innen. Verstreute, ungeplante Stunden kosten langfristig mehr Geld, als sie einbringen.

Beginne jetzt. Du legst heute das Fundament für deine Anfragen der nächsten Jahre. Ich unterstütze dich gerne bei deinem Vorhaben.



SEO ist nicht tot – es wechselt nur die Bühne.

Im 4-Stunden-Workshop lernst du, wie du deine Inhalte so aufbereitest, dass Suchmaschinen und KI dich als Expert:in einordnen.
Trag dich unverbindlich auf die Warteliste ein.

Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)

Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte fülle dieses Feld aus

Bitte fülle dieses Feld aus

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

☐ Name, E-Mail-Adresse und Website in diesem Browser für meinen nächsten Kommentar speichern.

Du musst den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren

Kommentar abschicken

Ein professionelles Erst-Audit für deine Website liegt in der Regel zwischen 1.000 und 3.000 Euro, weil wir dabei gemeinsam unter die Motorhaube deines digitalen Ladengeschäfts schauen. Ich prüfe dabei nicht nur mit automatischen Werkzeugen, sondern schaue mir deine technischen Fehler, inhaltlichen Lücken und deine Konkurrenz ganz genau und persönlich an. Ein solches Audit ist kein einmaliges

Strohfeuer, weshalb ich dir einen gründlichen Check alle 12 bis 24 Monate empfehle, um mit den schnellen Entwicklungen der KI-Suche Schritt zu halten. Spätere Folge-Audits bauen auf diesen ersten Ergebnissen auf und sind mit Preisen ab 500 Euro deutlich günstiger, weil wir die groben Baustellen dann bereits gemeinsam aus dem Weg geräumt haben.Google liefert den Suchenden die Antworten immer öfter direkt auf der Suchseite aus, ohne dass diese sich erst durch verschiedene Websites klicken müssen. Für dich bedeutet das, dass oberflächliche Texte und kopierter Einheitsbrei keine Chance mehr haben, denn die KI sucht sich als cleverer Puzzlespieler nur noch die nützlichsten und tiefgründigsten Quellen heraus. Du solltest dich deshalb von kurzen, allgemeinen Begriffen verabschieden und stattdessen ganz konkrete Fragen beantworten, die dir deine Kunden im echten Leben stellen. Mein praktischer Tipp für deinen Arbeitsalltag ist, dass du drei bis fünf richtig gute Ratgeber zu den brennendsten Fragen deiner Kunden schreibst, um der Google-KI genau das passende Puzzleteil für ihre Antwort zu liefern.Du kannst viele wichtige Grundlagen absolut selbst in die Hand nehmen, wenn du neben deinem Kerngeschäft etwas Zeit und Lust hast, dich in das Thema einzuarbeiten. Das Schreiben von Texten über deine tägliche Arbeit, das Pflegen deines Google-Unternehmensprofils und einfache Optimierungen an deinen Überschriften sind wunderbare Aufgaben für den Start. Professionelle Unterstützung an deiner Seite lohnt sich vor allem dann, wenn es um komplizierte technische Fehler im Hintergrund geht oder dir schlichtweg die Zeit fehlt, um dich ständig mit neuen Updates zu beschäftigen. Ein sehr beliebter und budgetfreundlicher Weg ist ein hybrides Modell, bei dem du deine Texte selbst schreibst und ich dich bei der Strategie und der Technik als Partnerin auf Augenhöhe begleite.