

SEO

Das Diagrammbuch

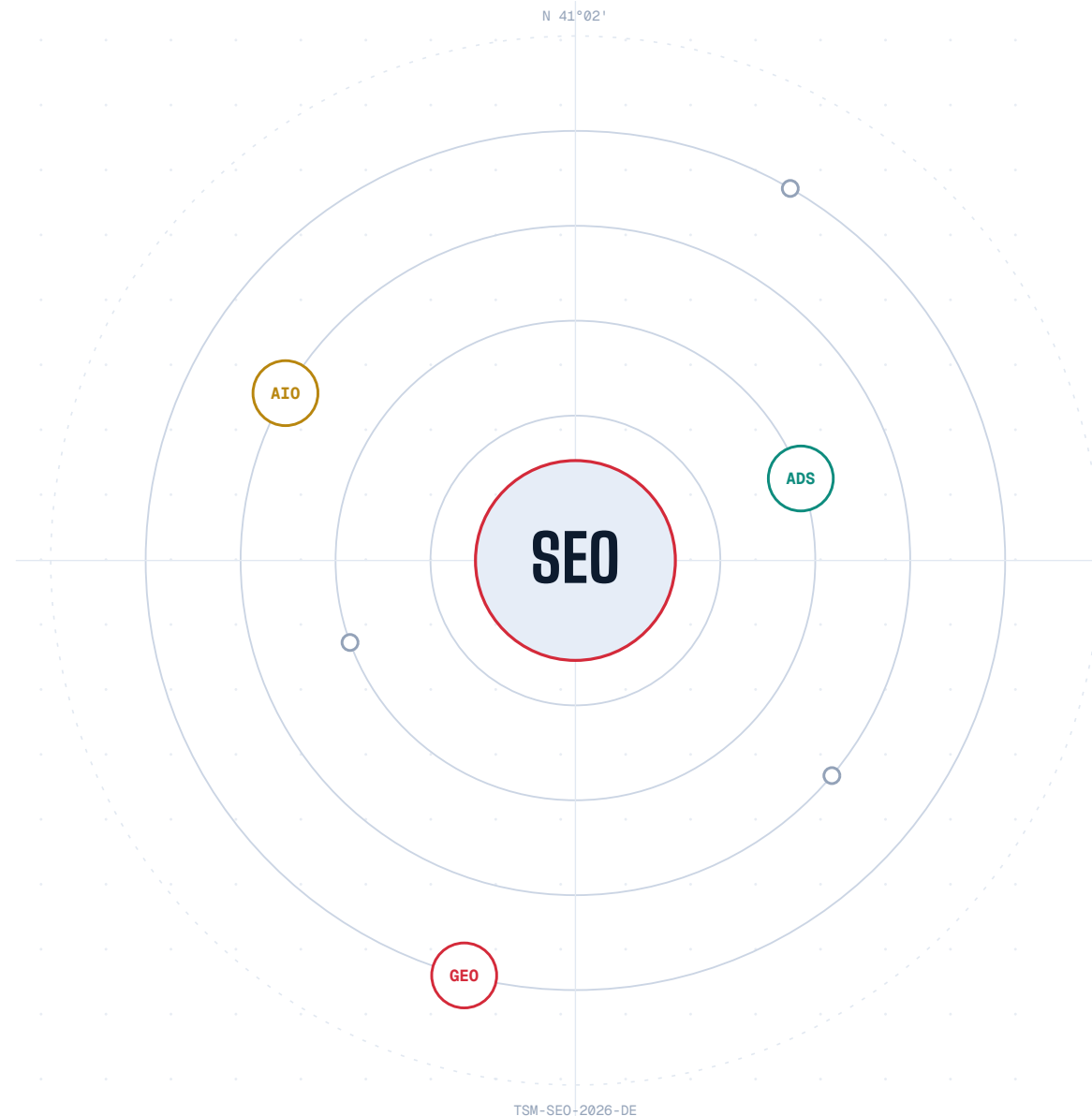
Die neue SEO-Methodologie — Ein visueller Atlas

INHALT

- 01 Das SEO-Ökosystem
- 02 So arbeiten Suchmaschinen
- 03 Technisches SEO & Core Web Vitals
- 04 On-Page-SEO-Anatomie
- 05 Keyword-Strategie

...

DEUTSCH

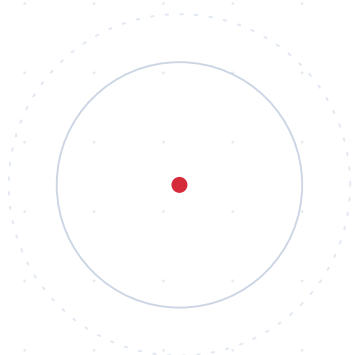


SEO

Das Diagrammbuch

Die neue SEO-Methodologie — Ein visueller Atlas

DEUTSCH



Dieser Atlas ist die visuelle Interpretation der Inhalte zu SEO-Methodologie, AIO und GEO auf turksem.com.

INHALT

- | | | | |
|----|-----------------------------------|----|---|
| 01 | Das SEO-Ökosystem | 09 | Anatomie einer KI-Antwort |
| 02 | So arbeiten Suchmaschinen | 10 | SEO ↔ GEO: Zwei Schichten, eine Strategie |
| 03 | Technisches SEO & Core Web Vitals | 11 | Wie KI-Engines Quellen wählen |
| 04 | On-Page-SEO-Anatomie | 12 | Plattformunterschiede & GEO-Checkliste |
| 05 | Keyword-Strategie | 13 | AIO-Methodik & Messung |
| 06 | Content ist König | 14 | Die 12-Monats-Roadmap |
| 07 | Off-Page-SEO & das äußere Web | 15 | Türk SEM: seit 1999 |
| 08 | E-E-A-T & Methodik-Schichten | | |



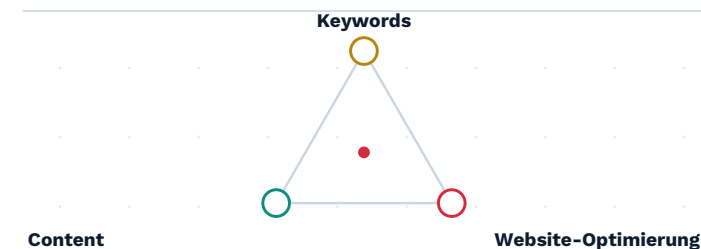
SO ARBEITEN SUCHMASCHINEN

1 Crawling
Bots entdecken Ihre Website über Links.

2 Indexierung
Inhalte werden erfasst, geordnet & gespeichert.

3 Ranking
Sortierung nach über 200 Rankingfaktoren.

3 SÄULEN DER STRATEGIE





96%

Googles Anteil mobiler Suchen

88%

Googles Anteil am Desktop

200+

Bekannte Rankingfaktoren

2x

Tägliche Scans durch Türksemveri

CORE WEB VITALS – SCHWELLENWERTE

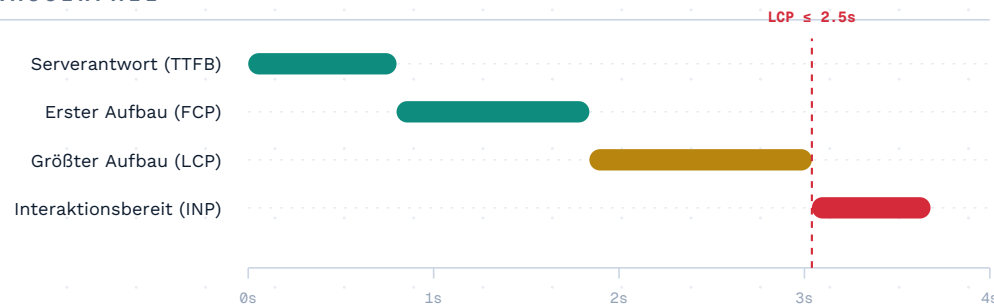


Alle Inhalte müssen im Quellcode stehen — Bots verstehen nur, was sie sehen können.

TÜRK SEM TOOLS

Speed-Test TTFB Gzip DOM-Check Mobile-Test Inline-CSS

LADEZEIT - WASSERFALL



TECHNISCHES KONTROLLPANEL

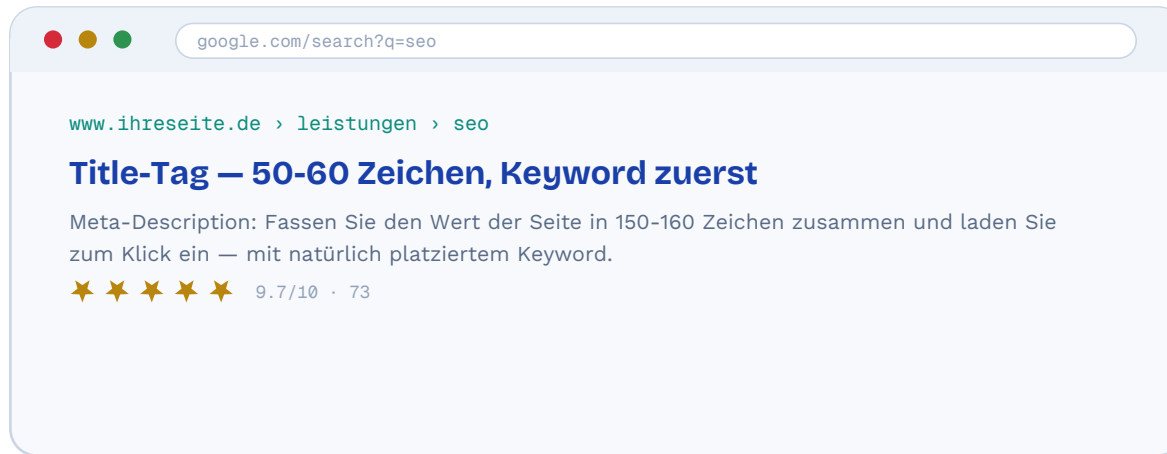
✓	HTTPS & SSL	PASS
	Sichere Verbindung ist Pflicht	
✓	robots.txt	PASS
	Korrekte Crawling-Direktiven	
✓	XML-Sitemap	PASS
	In der Search Console eingereicht	
✓	Mobilfreundlich	PASS
	Kompatibel mit allen Browsern	
✓	Strukturierte Daten	PASS
	Schema.org-Auszeichnung	
✓	Sauberer Code	PASS
	Modernes JS/CSS, gesunder DOM	

TECHNISCHER GESUNDHEITSSCORE



6 / 6 Prüfungen bestanden

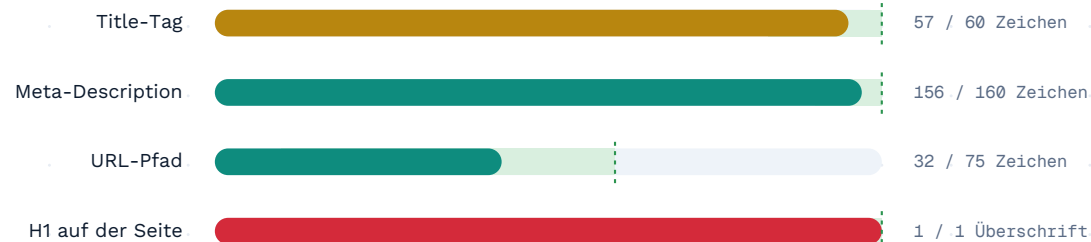
SO ERSCHEINEN SIE IN DER SUCHE



● **Title** — Das stärkste On-Page-Signal ● **URL** — Kurz, lesbar, sprechend ● **Meta** — Bestimmt die Klickrate (CTR)

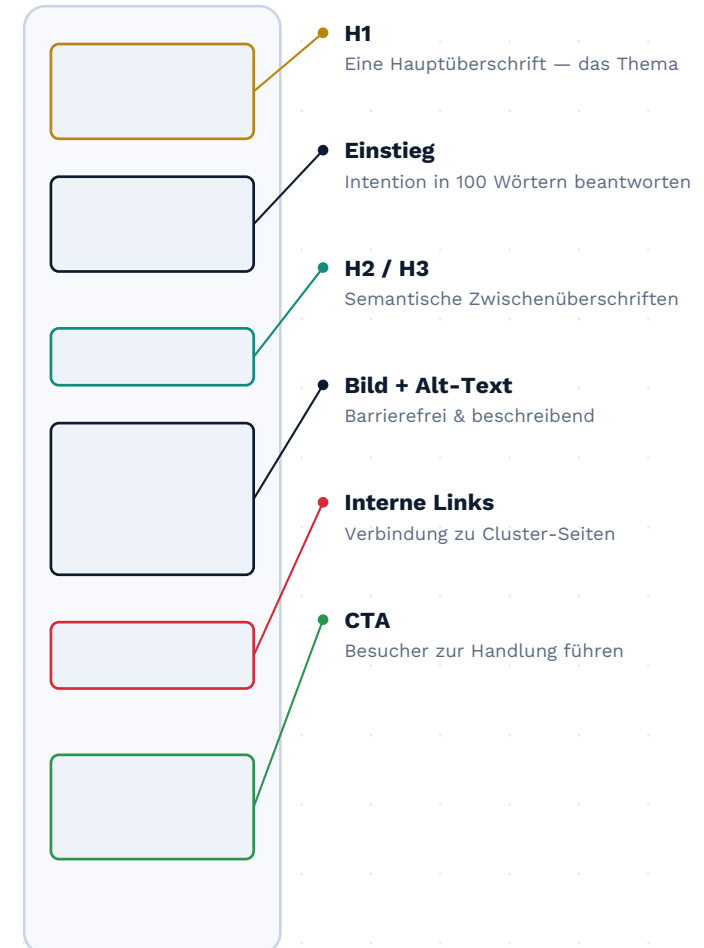
Page Experience, Nutzererlebnis und Kundenerlebnis sind heute direkte Rankingsignale.

LÄNGENMESSER



Das grüne Band ist die Idealzone — zu kurz kostet ebenso viel wie zu lang.

SEITENSTRUKTUR



KEYWORD-PRIORITÄTSFORMEL

$$SV \times (100 - KD) \times RL$$

SV = Suchvolumen **KD** = Keyword-Schwierigkeit **RL** = Relevanzlevel

KEYWORD	SV	KD	RL	PRIORITÄT
Keyword 1	20.000	60	90	72M
Keyword 2	10.000	70	80	24M
Keyword 3	30.000	80	85	51M

Je höher der Wert, desto mehr Einsatz verdient das Keyword.

3 SCHRITTE

1 Kunden definieren

Demografisches + kognitives Profil, Intention

2 Keywords recherchieren

Volumen, Schwierigkeit und Relevanz erheben

3 Priorisieren

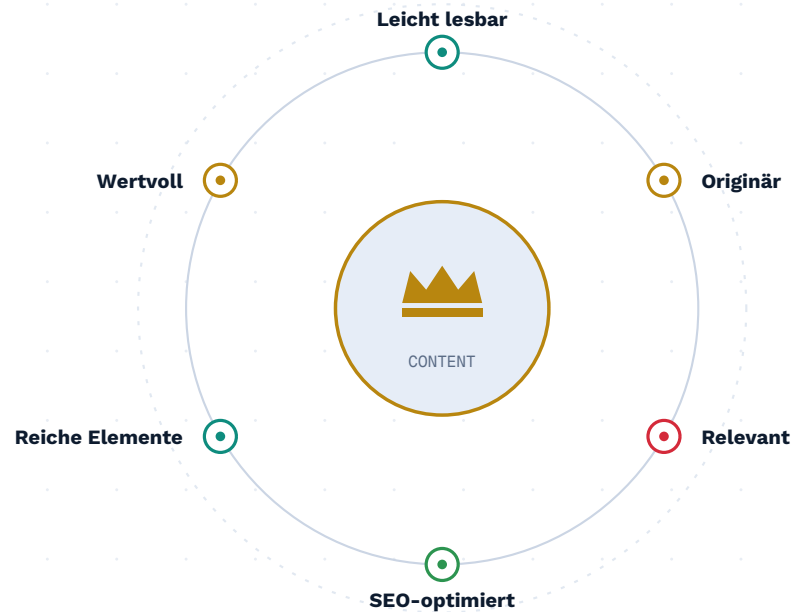
Formel anwenden, Content-Plan aufbauen

PRIORITÄTSMATRIX

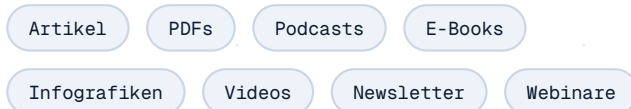


Hohes Volumen + geringe Schwierigkeit = Chance. Diese Keywords eröffnen den Content-Kalender; schwierige Begriffe folgen mit wachsender Autorität.

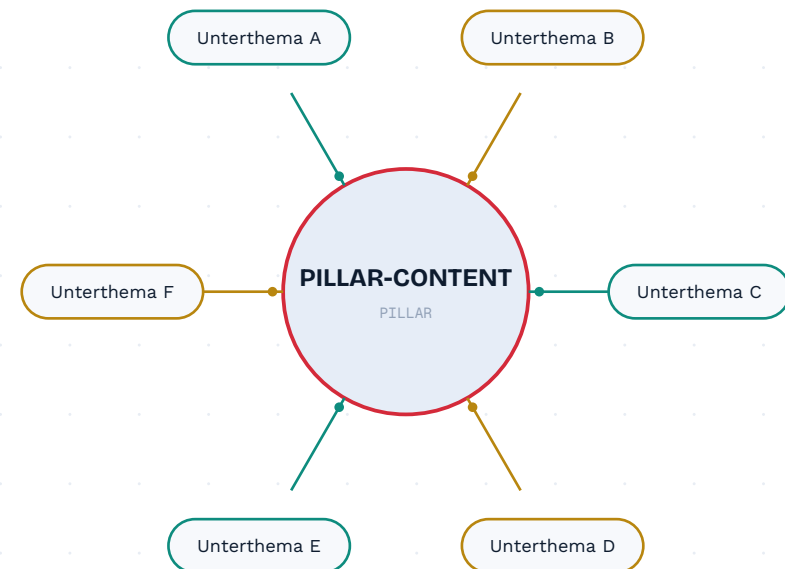
6 MERKMALE GUTER INHALTE



8 CONTENT-FORMATE



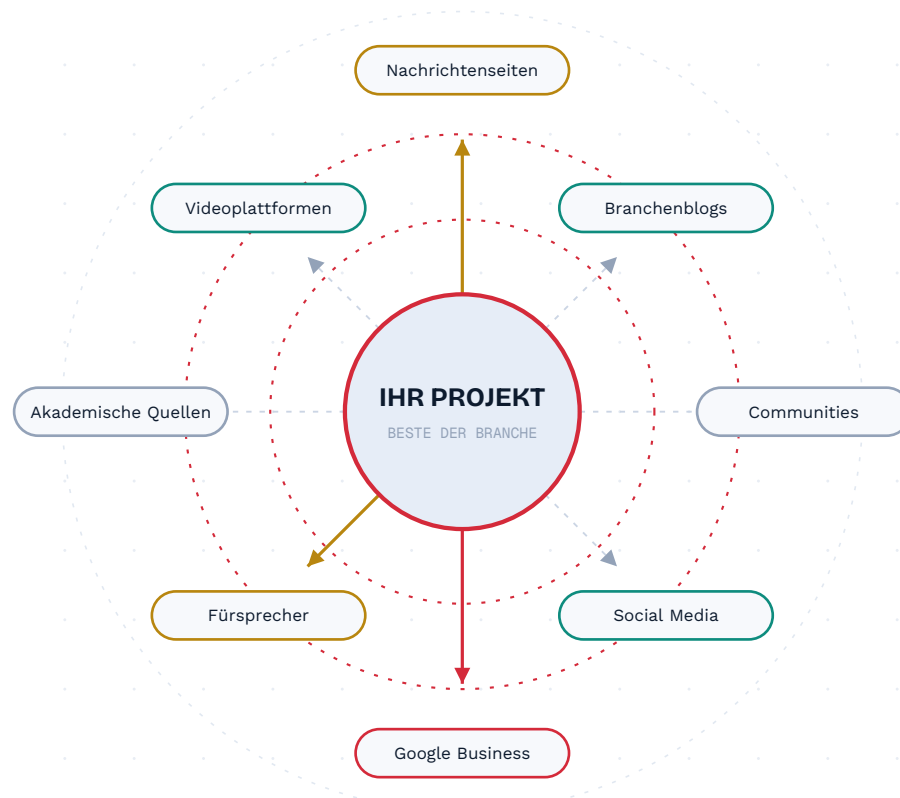
DIE CLUSTER-STRATEGIE



Die Pillar-Seite behandelt das große Thema; Cluster-Inhalte verlinken zurück und bauen Autorität auf.

Inhalte werben nie nur — sie liefern dem Nutzer immer echten Wert.

WIE SICH EIN GUTES PROJEKT VERBREITET



Genannt zu werden ist das natürliche Ergebnis eines starken Projekts, nie das Ziel selbst.

„ Als ODP-Editor habe ich Zehntausende Sites geprüft und eines gelernt: ein gut konzipiertes Webprojekt ist zum Erfolg bestimmt.“

TAHİR DİNÇ · ODP-(DMOZ-)EDITOR, 2004

UNSER ANSATZ

Zuerst das richtige Projekt

Bringen Sie eine neue Perspektive in Ihre Branche

Nützliche, originäre Inhalte

Inhalte für Menschen zählen sich aus

Genannt werden, nicht jagen

Gute Arbeit wird von selbst besprochen

Konsistente Markendaten

Name, Adresse, Telefon überall identisch

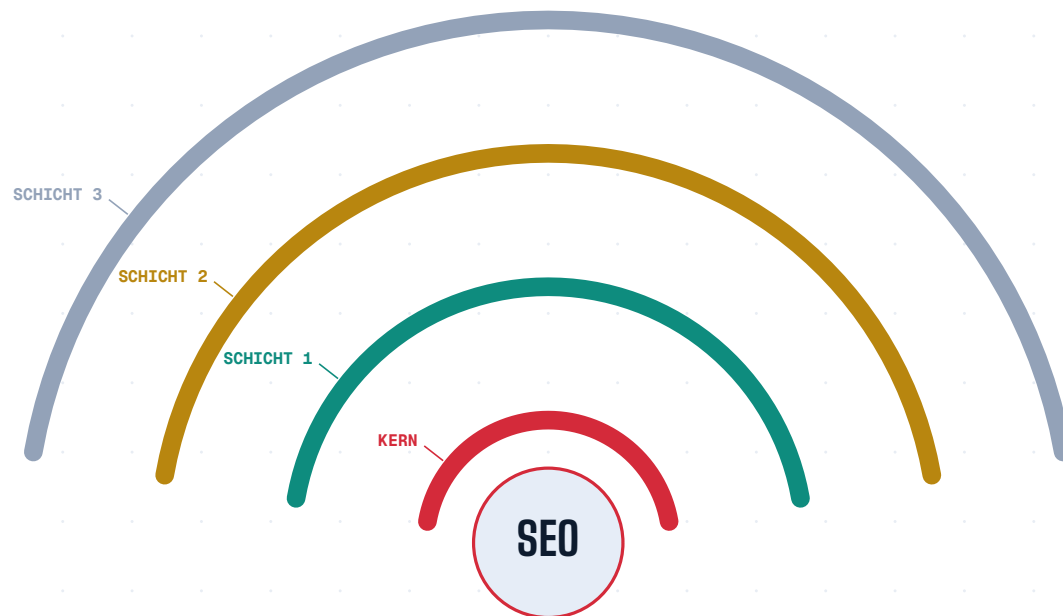
20.000 Als ODP-Editor geprüfte Sites

5% Der Projektanfragen angenommen

9,7 Kundenbewertung von 10

METHODIK - SCHICHTEN

- **KERN** Das richtige Projekt & die beste Site der Branche
- **SCHICHT 1** Technische Exzellenz & Tempo
- **SCHICHT 2** Intentionsgetriebener Content & UX
- **SCHICHT 3** Das äußere Web & Markenautorität



E-E-A-T – DIE VIER ECKPFEILER DES RANKINGS



UPDATE-ZEITLEISTE



Investieren Sie in Menschen, nicht in Google — der Algorithmus lässt sich nicht täuschen.

BEISPIELAUSGABE EINER ANTWORTMASCHINE



Gibt es eine verlässliche SEO-Checkliste für Unternehmenswebsites?

Ja; bei einer Unternehmensseite beginnt das Audit mit einem technischen Crawl und folgt einer neunstufigen Checkliste.

Die Liste umfasst Roh-HTML-Zugriff, Bot-Berechtigungen, strukturierte Daten und beantwortbare Überschriften ¹; für Umsetzungsbeispiele lohnen Branchenleitfäden ².

¹ example.com ² example.org

2 / 2

PLATZ-MATHEMATIK

KLASSISCHES SEO

10 Plätze



Auch Position 7 bringt Traffic.



GEO / AIO

2-3 Plätze



Ohne Platz existiert man nicht.

DIREKTE ANTWORT

Der erste Satz der Engine; er stammt aus Ihrem eigenständigen Einstiegsabsatz.

BEGRÜNDUNG

Stützende Passagen; Ihre beantwortbaren Abschnitte wandern hierher.

QUELLENANGABE

Der Kampf um den Platz; genau diese Badges sind das Ziel von GEO.

*Ranken ist gut, zitiert werden ist stärker.
Antwortmaschinen suchen die beste Antwort, nicht die größte Marke.*

	SEO SEO macht Sie auffindbar	GEO GEO bringt Sie in die Antwort
Ergebnisform 01	Zehn blaue Links, der Nutzer wählt aus.	Eine einzige Antwort; Sie sind ihre Quelle oder gar nicht da.
Erfolgsmaß 02	Ranking und Klicks (Position, CTR).	Zitierung und Attribution: in der Antwort vorkommen.
Inhaltseinheit 03	Die ganze Seite wird am Keyword gemessen.	Passage und Satz: ein herauslösbarer, eigenständiger Block.
Identitätssignal 04	Keyword- und Autoritäts-lastig.	Entity-lastig: wer Sie sind, durch strukturierte Daten belegt.
Technische Basis 05	Crawlbarkeit und Indexierbarkeit.	Roh-HTML-Lesbarkeit plus offene Tür für KI-Bots.
Wettbewerbsfeld 06	Zehn Plätze auf der Ergebnisseite.	Meist 2-3 Plätze in der Antwort; höhere Hürde, größerer Gewinn.

GEO ersetzt SEO nicht, sondern baut darauf auf. Eine nicht crawlbare Seite erscheint auch in keiner KI-Antwort.

WIE KI-ENGINES QUELLEN WÄHLEN

Acht Signale aus der Praxis destilliert

DEUTSCH

■ TECHNISCHE BASIS 01 · 02

■ INHALT & IDENTITÄT 03 · 04 · 05

■ AUTORITÄT 06 · 07 · 08

01

Inhalt im Roh-HTML

Die meisten Antwortmaschinen führen kein JavaScript aus. Was nicht im Roh-HTML steht, existiert für KI nicht.

02

Offene Tür für KI-Bots

Sind GPTBot, ClaudeBot und PerplexityBot in der robots.txt blockiert, werden Sie nie Quelle.

03

Beantwortbare Struktur

Eigenständiger Einstiegsabsatz, klare Überschriftenhierarchie und Frage-Antwort-Blöcke.

04

Entity-Graph

Organization-, Person- und sameAs-Auszeichnung. KI zitiert die Entität, die sie kennt.

05

Strukturierte Daten

JSON-LD-Schemata machen unstrittig, was Ihr Inhalt ist.

06

llms.txt

Die neue Datei, in der sich eine Site KI-Systemen selbst zusammenfasst. Ein Frühstarter-Signal.

07

Autorität und Belege

KI-Modelle lernen Marken, die in vertrauenswürdigen Publikationen genannt werden.

08

Konsistenz und Aktualität

Name, Adresse und Leistungsbeschreibung müssen überall gleich sein; Widersprüche kosten Zitate.

DIE DREI GROSSEN ANTWORTMASCHINEN

ChatGPT

Dialog-nativ

Erzeugt die Antwort im Gesprächsfluss und zeigt Quellen am Ende oder auf Anfrage. Konsistente Präsenz in autoritären Publikationen ist hier das dauerhafteste Signal.

Google AI Overviews

Mit der Suche verwoben

Die Zusammenfassung erscheint über den klassischen Ergebnissen, Quellenkarten sind prominent. Ihr klassisches SEO-Fundament zählt sich hier am stärksten aus.

Perplexity

Als Antwortmaschine geboren

Nummerierte Belege an fast jedem Satz; die Quellenliste ist untrennbar Teil der Antwort. Hier zeigt sich der Erfolg am schnellsten.

GEO-CHECKLISTE – NEUN SCHRITTE

- 1 Prüfen Sie, ob Ihr Inhalt im Roh-HTML vollständig lesbar ist (Ansicht ohne JavaScript).
- 2 Erlauben Sie GPTBot, ClaudeBot und PerplexityBot bewusst in der robots.txt.
- 3 Geben Sie jeder wichtigen Seite einen eigenständigen Einstieg: Thema und Antwort in 2-3 Sätzen.
- 4 Bauen Sie Frage-Antwort-Blöcke zweischichtig: sichtbarer Inhalt plus FAQPage-Schema.
- 5 Vervollständigen Sie Organization- und Person-Schemata mit sameAs-Verweisen.
- 6 Veröffentlichen Sie eine llms.txt und halten Sie sie aktuell.
- 7 Prüfen Sie, ob Ihre Markendaten auf allen Flächen identisch sind.
- 8 Sorgen Sie dafür, dass Ihr Name im richtigen Kontext in Fachpublikationen erscheint.
- 9 Verfolgen Sie regelmäßig, wie oft KI-Antworten Ihre Marke nennen.

Die Reihenfolge ist bewusst: ohne technische Basis wirken Inhaltssignale nicht, ohne Inhalt keine Autorität.

DIE NEUE AIO-METHODIK



SECHS MESSMETRIKEN

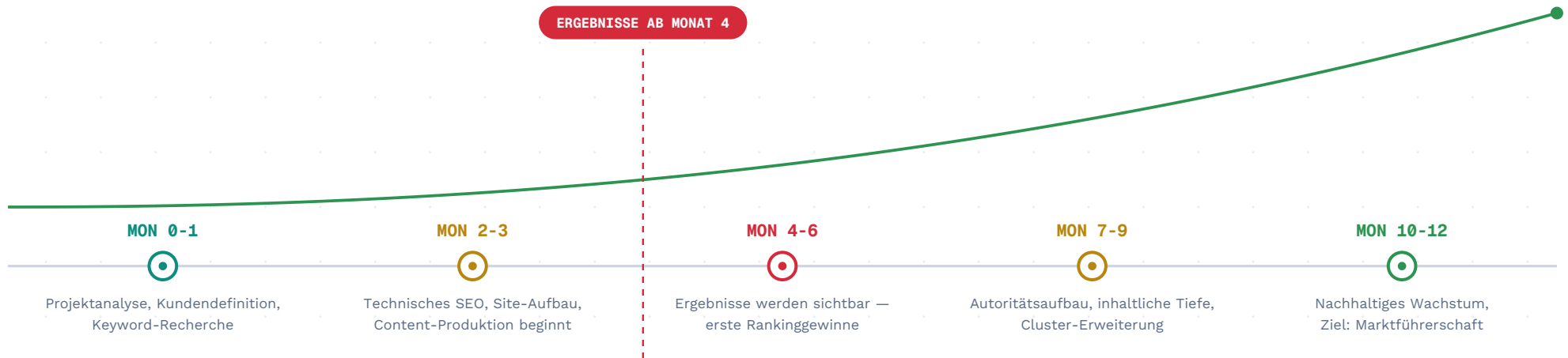


AIO und GEO sind zwei Namen für dieselbe Disziplin. Der Name ist zweitrangig; die Arbeit ist, in der Antwort zu stehen.

DIE 12-MONATS-SEO-ROADMAP

SEO ist eine langfristige Disziplin

DEUTSCH



FALLERGEBNISSE

40%

Mehr Patienten — in 6 Monaten
Medicine Hospital

200%

Besucherwachstum — in 3 Monaten
Zeitung Yeni Birlik

3x

Seiten pro Besucher
durch UX-Verbesserungen

ERFOLGSFORMEL

SEO

+

AIO

+

Google Ads

=

NACHHALTIGES WACHSTUM

SEIT 1999

Bauen Sie die beste Website Ihrer Branche — alles andere folgt von selbst.

1999



Erste Website gestaltet

2001

Erste SEO-Arbeiten —
als es den Namen noch
nicht gab

2004

ODP-(Dmoz-)Editor —
20.000 Sites geprüft

2005

Spezialisierung auf
Tourismus begann

2023

AIO auf die Agenda
gesetzt

2025

Launch der
AIO-Methodik

2026

GEO-Leitfaden vom
Urheber veröffentlicht

26+

Jahre Praxiserfahrung

5%

der Anfragen angenommen

2x

tägliche Türksemveri-Scans

9,7

Kundenbewertung von 10

“ Investieren Sie in Menschen, nicht in Google. Der Algorithmus dahinter lässt sich nicht täuschen.

Tahir Dinç · SEO-Teamleiter


TÜRK SEM

KONTAKT

turksem.com

+90 532 234 24 40

Bilgi@turksem.com

Istanbul · Çekmeköy

VIER KERNLEISTUNGEN

SEO

Suchmaschinenoptimierung

GEO / AIO

Sichtbarkeit in KI-Antworten

Google Ads

Google-Ads-Partneragentur

Webdesign

Die beste Site der Branche bauen

Bauen Sie die beste Site Ihrer Branche: ranken Sie bei Google und stehen Sie in der Antwort.