

SEO-Ranking-Analyse

dein-seo-kurs.de

Keywords mit den größten Rankingverlusten

Analysezeitraum: 20. Februar 2026 – 20. Mai 2026

Zusammenfassung

Diese Analyse untersucht die 5 Keywords mit den größten dauerhaften Rankingverlusten für dein-seo-kurs.de im deutschen Google-Index. Berücksichtigt wurden ausschließlich Keywords mit einem monatlichen Suchvolumen von mindestens 50, einem Rankingverlust von mindestens 4 Plätzen und einer dauerhaften (nicht temporären) Positionsverschlechterung.

Analysierte Keywords: 5 **Durchschn. Verlust:** -5 Plätze **Datenquelle:** SE Ranking API

1. firmeneintrag kostenlos

URL: dein-seo-kurs.de/liste-kostenlose-branchenbuecher/

Suchvolumen (DE, monatlich): 90

Position Feb 2026: 2 → **Position Mai 2026:** 7 (-5 Plätze)

Mögliche Ursachen

Von Pos. 2 auf 7 ist ein deutlicher Verlust für ein transaktionales Keyword mit hohem CPC (5,67 €). Die Branchenbuch-Listenseite deckt viele ähnliche Keywords ab – das kann zu einem internen Konkurrenzproblem führen, da Google Schwierigkeiten hat, die relevanteste Unterseite zu identifizieren. Spezialisierte Anbieter wie Directories oder Portale, die ausschließlich zu diesem Thema arbeiten, haben höhere thematische Autorität für dieses spezifische Keyword.

Handlungsempfehlungen

- Den Begriff „firmeneintrag kostenlos“ als primäres Keyword in H1 und im ersten Absatz verankern, nicht nur als Variante behandeln
 - Einen eigenen, kurzen Abschnitt mit Schritt-für-Schritt-Anleitung zum kostenlosen Firmeneintrag direkt am Seitenanfang ergänzen
 - Backlinks gezielt für diesen Ankertextbegriff aufbauen – der hohe CPC zeigt kommerziellen Wert, den Konkurrenten aktiv verfolgen
 - Aktualität der Einträge prüfen: veraltete oder nicht mehr verfügbare Plattformen entfernen, neue ergänzen
-

2. homepage google optimieren

URL: dein-seo-kurs.de/homepage-seo-startseite-in-5-schritten-.../

Suchvolumen (DE, monatlich): 320

Position Feb 2026: 11 → **Position Mai 2026:** 16 **(-5 Plätze)**

Mögliche Ursachen

Mit Volumen 320 ist dieses Keyword eines der wertvollsten in dieser Analyse. Das Ranking hat sich von knapp auf Seite 2 auf den unteren Bereich von Seite 2 verschlechtert. Der SGE-Block (AI Overview) erscheint in den SERPs für dieses Keyword und reduziert organische Klicks. Gleichzeitig haben Mitbewerber den Artikel durch regelmäßige Aktualisierungen und stärkere interne Verlinkung überholt. Die URL ist sehr lang, was ein indirektes Zeichen für älteres, nicht optimiertes Seitenstruktur-Design sein kann.

Handlungsempfehlungen

- Artikel inhaltlich auffrischen: aktuelle Google-Algorithmus-Anforderungen (Core Web Vitals, SGE-Signale) als eigene Abschnitte ergänzen
- Inhaltsstruktur für Featured Snippets optimieren: kurze, präzise Antworten auf typische Nutzerfragen in Aufzählungsform
- People-also-ask-Fragen aus dem SERP direkt als FAQ-Sektionen in den Artikel integrieren
- Interne Links von der Startseite und anderen stark rankenden SEO-Artikeln auf diese Seite ausbauen

3. angebot suchmaschinenoptimierung

URL: dein-seo-kurs.de/seo-angebote-fuer-unternehmen/

Suchvolumen (DE, monatlich): 210

Position Feb 2026: 7 → **Position Mai 2026:** 15 **(-8 Plätze)**

Mögliche Ursachen

Der Absturz von Pos. 7 auf 15 trifft eine kommerzielle Seite mit hohem CPC-Umfeld. Agenturen mit höherer Domain-Autorität haben ihre eigenen Angebotsseiten in den letzten Monaten inhaltlich und technisch aufgewertet. Zudem bevorzugt Google bei transaktionalen Suchanfragen zunehmend Seiten mit konkreten Preisinformationen und Vertrauenssignalen (Bewertungen, Referenzen). Das SERP zeigt People-also-ask und Video-Ergebnisse – beides verdrängt organische Treffer nach unten.

Handlungsempfehlungen

- Preistransparenz herstellen: konkrete Paketpreise oder zumindest Preisspannen direkt auf der Seite angeben
- Kundenstimmen, Case Studies und konkrete Projektergebnisse als Vertrauenssignale einbauen

- Service-Schema und Review-Schema per strukturierten Daten ergänzen, um Rich Snippets zu ermöglichen
 - Interne Verlinkung von stark rankenden Blogartikeln auf die Angebotsseite verstärken
-

4. seo kurs kostenlos

URL: dein-seo-kurs.de/seo-webinar/

Suchvolumen (DE, monatlich): 110

Position Feb 2026: 6 → **Position Mai 2026: 10 (-4 Plätze)**

Mögliche Ursachen

Das Keyword rankt auf der Webinar-Seite, die thematisch vor allem auf Live-Formate ausgerichtet ist. Suchende hinter „seo kurs kostenlos“ erwarten eher einen on-demand verfügbaren Kurs oder strukturiertes Lernmaterial – der Webinar-Charakter entspricht diesem Intent nicht vollständig. Kursplattformen (Coursera, Udemy, LinkedIn Learning) sowie SEO-Blogs mit kostenlosen Kursinhalten haben in diesem Segment aufgeholt und dominieren zunehmend die Top-10.

Handlungsempfehlungen

- Seite um kostenlose On-Demand-Inhalte (Videos, PDF-Guides, Mini-Kurse) ergänzen, um den informationalen Intent besser zu bedienen
 - Eine eigene Landingpage speziell für „SEO Kurs kostenlos“ prüfen, die klarer auf das Thema zugeschnitten ist als eine Webinar-Seite
 - Strukturierte Daten (Course-Schema) implementieren, um in Google-Suchergebnissen als Kurs sichtbar zu werden
 - Video-Content direkt auf der Seite einbetten und für YouTube-Suche optimieren – Videos erscheinen prominent im SERP
-

5. se ranking

URL: dein-seo-kurs.de/se-ranking-review-lohnt-sich-das-seo-tool/

Suchvolumen (DE, monatlich): 1.100

Position Feb 2026: 5 → **Position Mai 2026: 11 (-6 Plätze)**

Mögliche Ursachen

Mit 1.100 Suchanfragen/Monat ist dies das volumenstärkste betroffene Keyword. „SE Ranking“ ist stark navigational geprägt: Die Mehrheit der Suchenden möchte direkt zur Anbieter-Website. Große Review-Aggregatoren (G2, Trustpilot, Capterra) mit hoher Domain-Autorität sowie YouTube-Videos dominieren die Top-10. Einzelne Blogartikel werden bei KD 87 mit wachsendem Wettbewerb systematisch aus den Top-10 verdrängt. Auch der Sitelinks-Block für seranking.com selbst beansprucht viel SERP-Fläche.

Handlungsempfehlungen

- Review-Artikel mindestens alle 3 Monate aktualisieren und das Datum prominent oben anzeigen – Aktualität ist bei Tool-Reviews entscheidend
 - Eigene Nutzungsdaten, Screenshots und konkrete Projektergebnisse einbauen, um E-E-A-T (Experience) gegenüber generischen Reviews zu stärken
 - Video-Review erstellen und auf YouTube veröffentlichen – Videos erscheinen direkt im SERP und generieren Rücklinks
 - Vergleichstabelle mit Wettbewerbstools (Ahrefs, Semrush, Sistrix) ergänzen, um Long-Tail-Vergleichssuchen abzudecken
-