

# SEO-Glossar

DiagnoSEO - klare, faktengeprüfte Definitionen von SEO-Begriffen.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

---

## 0-9

**10 Blue Links** - Die traditionelle schlichte Liste von zehn organischen Ergebnissen vor den Rich-SERP-Features.

**10x Content** - Inhalt, der dramatisch besser sein soll als alles, was derzeit zu einem Thema rankt.

**200 OK** - Der HTTP-Statuscode, der angibt, dass eine Anfrage erfolgreich war.

**2xx Status Codes** - Die Familie der HTTP-Statuscodes, die eine erfolgreiche Anfrage anzeigen.

**301 Redirect** - Eine permanente Weiterleitung, die die meisten Ranking-Signale an die neue URL weitergibt.

**302 Redirect** - Eine temporäre Weiterleitung, die signalisiert, dass der Umzug zur neuen URL nicht dauerhaft ist.

**304 Not Modified** - Ein Status, der dem Browser mitteilt, dass seine zwischengespeicherte Kopie noch aktuell ist.

**307 Redirect** - Eine temporäre Weiterleitung, die die ursprüngliche Anfragemethode beibehält.

**403 Forbidden** - Ein Status, der bedeutet, dass der Server die Anfrage verstanden hat, sie aber nicht autorisiert.

**404 Error** - Der Status, der zurückgegeben wird, wenn eine angeforderte Seite auf dem Server nicht gefunden wird.

**404 Not Found** - Der HTTP-Statuscode, der angibt, dass die angeforderte Ressource nicht existiert.

**410 Gone** - Ein Status, der angibt, dass eine Ressource absichtlich und dauerhaft entfernt wurde.

**4xx Status Codes** - Die Familie der HTTP-Statuscodes, die clientseitige Fehler anzeigen.

**500 Internal Server Error** - Ein generischer Status, der bedeutet, dass der Server auf einen unerwarteten Fehler gestoßen ist.

**502 Bad Gateway** - Ein Status, der bedeutet, dass ein Server eine ungültige Antwort von einem anderen Server erhalten hat.

**503 Service Unavailable** - Ein Status, der bedeutet, dass der Server die Anfrage vorübergehend nicht bearbeiten kann.

**5xx Status Codes** - Die Familie der HTTP-Statuscodes, die serverseitige Fehler anzeigen.

## A

**A/B Testing** - Das Vergleichen zweier Versionen einer Seite oder eines Elements, um zu sehen, welche besser abschneidet. Auch bekannt als Split Testing.

**Above the Fold** - Der Bereich einer Webseite, der ohne Scrollen sichtbar ist.

**Absolute URL** - Eine vollständige Webadresse inklusive Protokoll und Domain, zum Beispiel `https://example.com/seite`.

**Accept-Language Header** - Ein HTTP-Header, der die bevorzugten Sprachen eines Nutzers signalisiert und zur Auslieferung lokalisierter Inhalte dient.

**Access Log** - Eine Serverdatei, die jede Anfrage protokolliert und zur Analyse des realen Crawler- und Nutzerverhaltens dient.

**Accessibility** - Das Gestalten von Websites, sodass Menschen mit Behinderungen und assistive Technologien sie nutzen können.

**Ad Impressions** - Die Anzahl der Male, die eine Anzeige Nutzern gezeigt wird.

**Ad Keyword** - Ein Keyword, auf das ein Werbetreibender bietet, damit seine bezahlte Anzeige ausgelöst wird.

**Ad Rank** - Ein Google-Ads-Wert, der die Anzeigenposition anhand von Gebot, Anzeigenqualität und Kontext bestimmt.

**ADA Website Compliance** - Die Erfüllung der Barrierefreiheitsanforderungen des US-amerikanischen ADA (Americans with Disabilities Act) für Websites.

**Adobe Analytics** - Die unternehmenstaugliche Webanalyse-Plattform von Adobe.

**Advanced Search Operators** - Spezielle Befehle wie site: oder intitle:, die Suchanfragen verfeinern und filtern.

**AEO (Answer Engine Optimization)** - Die Optimierung von Inhalten, damit sie von Answer-Engines und KI-Assistenten als direkte Antwort ausgespielt werden.

**Affiliate** - Ein Partner, der über getrackte Links eine Provision für vermittelte Verkäufe oder Leads erhält.

**Ahrefs** - Ein kommerzielles SEO-Toolset, das vor allem für Backlink-Analyse, Keyword-Recherche und Rank-Tracking genutzt wird.

**AI Citation Eligibility** - Ob Inhalte strukturiert und vertrauenswürdig genug sind, um von KI-Antwortsystemen als Quelle zitiert zu werden.

**AI Overview** - Eine von Google KI-generierte Zusammenfassung über manchen Suchergebnissen, hervorgegangen aus der Search Generative Experience.

**AI Snapshot** - Eine KI-generierte Übersicht, die in generativen Sucherlebnissen über den Suchergebnissen erscheint.

**AIO (AI Optimization)** - Die Optimierung von Inhalten und Entitäten, damit KI-Systeme eine Marke verstehen, anzeigen und zitieren.

**Algorithmic Penalty** - Ein Ranking-Verlust, der automatisch durch einen Suchalgorithmus und nicht durch einen Prüfer ausgelöst wird.

**Algorithmic Suppression** - Eine algorithmische Dämpfung, die eine Seite oder Website ohne manuelle Maßnahme im Ranking zurückhält.

**Alt Text** - Beschreibender Text für ein Bild, der die Barrierefreiheit unterstützt und Suchmaschinen beim Verständnis hilft. Auch bekannt als Alt Attribute.

**Alternate Page With Proper Canonical** - Ein Search-Console-Status für eine Duplikatseite, die korrekt auf ihre bevorzugte kanonische Version verweist.

**Ambiguous Intent** - Eine Suchanfrage, deren Ziel unklar ist und plausibel zu mehreren verschiedenen Intentionen passen kann.

**AMP (Accelerated Mobile Pages)** - Ein offenes Framework, um abgespeckte, schnell ladende Versionen mobiler Webseiten zu erstellen.

**Anchor Text** - Der sichtbare, klickbare Text eines Links, der Suchmaschinen Kontext über die verlinkte Seite liefert.

**Anchor Text Ratio** - Die Verteilung der Ankertext-Typen im Backlink-Profil einer Website.

**Answer Box** - Ein SERP-Feature, das eine direkte Antwort auf eine Anfrage gibt, oft aus einem Featured Snippet.

**Answer Sourcing** - Wie eine KI oder Answer-Engine die Quellen hinter einer generierten Antwort auswählt und ausweist.

**API (Application Programming Interface)** - Ein definierter Satz von Regeln, über den Softwareanwendungen Daten und Funktionen austauschen.

**Article Spinning** - Das Umschreiben eines Artikels mit Synonymen, um massenhaft oberflächlich einzigartige Kopien zu erzeugen, eine Black-Hat-Taktik.

**Article Syndication** - Das erneute Veröffentlichen eines Artikels auf anderen Websites, um ein größeres Publikum zu erreichen.

**ASO (App Store Optimization)** - Die Optimierung des Store-Eintrags einer mobilen App für bessere Platzierung und Conversion in den App-Stores.

**Assisted Conversions** - Conversions, bei denen ein Kanal früher im Pfad unterstützend wirkte und nicht den finalen Klick lieferte.

**Async** - Ein Skript-Attribut, das eine Datei lädt, ohne das Parsen des HTML zu blockieren.

**Attribution Modeling** - Regeln, die den Conversion-Anteil auf die Touchpoints in der Nutzerreise verteilen.

**Author Authority** - Die wahrgenommene Expertise und Glaubwürdigkeit des Autors eines Inhalts, relevant für E-E-A-T.

**Author Entity** - Ein Autor als anerkannte Entität, die Suchmaschinen mit Themen und Werken in Verbindung bringen.

**Authority** - Das gesamte Vertrauen und die Ranking-Stärke, die eine Seite oder Website aus Sicht von Suchmaschinen erworben hat. Auch bekannt als Website Authority.

**Authority Dilution** - Das Schwächen der Linkkraft, wenn sie auf zu viele Links oder Seiten verteilt wird.

**Authority Score** - Eine proprietäre Metrik von Semrush, die die Gesamtqualität und Autorität einer Domain schätzt.

**Authority Site** - Eine hoch vertrauenswürdige, etablierte Website, die gut rankt und häufig von anderen referenziert wird.

**Auto-Generated Content** - Automatisch von Software erzeugte Inhalte, die gegen Richtlinien verstoßen, wenn sie spammig oder nutzlos sind.

**Average Position** - Die durchschnittliche Ranking-Position einer Seite oder eines Keywords in den Suchergebnissen.

## B

**B2B** - Business-to-Business, das Vermarkten oder Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen an andere Unternehmen.

**B2C** - Business-to-Consumer, das Vermarkten oder Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen direkt an Privatpersonen.

**Backlink** - Ein Link von einer anderen Website auf deine Seite, den Suchmaschinen als Vertrauensvotum werten. Auch bekannt als Inbound Link, Incoming Link.

**Backlink Profile** - Die gesamte Sammlung, Vielfalt und Qualität der Links, die auf eine Website verweisen.

**Baidu** - Chinas führende Web-Suchmaschine.

**Bait and Switch** - Eine Seite mit einem Inhalt zu ranken und ihn dann gegen etwas anderes auszutauschen, eine irreführende Taktik.

**Banner Blindness** - Die Tendenz von Nutzern, Seitenelemente zu ignorieren, die wie Banner oder Werbung aussehen.

**BERT** - Googles Sprachmodell von 2019, das den Kontext von Wörtern innerhalb einer Suchanfrage besser interpretiert.

**BigCommerce** - Eine gehostete E-Commerce-Plattform zum Aufbau und Betrieb von Onlineshops.

**Bing** - Die Web-Suchmaschine von Microsoft.

**Bing Webmaster Tools** - Die kostenlose Plattform von Microsoft, um die Sichtbarkeit einer Website in der Bing-Suche zu überwachen und zu verbessern.

**Black Hat SEO** - Taktiken, die bewusst gegen Suchmaschinenrichtlinien verstoßen, um Rankings zu manipulieren.

**Blocked by Noindex** - Ein Search-Console-Status, der besagt, dass eine Seite wegen einer noindex-Anweisung nicht indexiert wird.

**Blog Commenting** - Das Hinterlassen von Kommentaren auf Blogs, mitunter für Links, die meist nofollow und von geringem Wert sind.

**Body Content** - Der Hauptinhalt einer Seite, im Unterschied zu Navigation, Kopf- und Fußbereich.

**Bounce Rate** - Der Anteil der Sitzungen, die nach einer einzigen Seite ohne weitere Interaktion enden.

**Brand Authority** - Das Vertrauen und die Bekanntheit einer Marke, die Rankings und Klickverhalten beeinflussen können.

**Brand Mention** - Jede Erwähnung einer Marke im Netz, ob verlinkt oder unverlinkt.

**Brand Mention Link Building** - Das Umwandeln unverlinkter Markenerwähnungen in Backlinks durch Ansprache des Publishers.

**Branded Anchor Text** - Ankertext, der den Markennamen als klickbaren Linktext verwendet.

**Branded Content** - Inhalte, die eine bestimmte Marke in den Mittelpunkt stellen oder um sie herum entstehen.

**Branded Keyword** - Eine Suchanfrage, die einen Marken- oder Produktnamen enthält.

**Branded SEO** - Die Optimierung für Suchanfragen, die deinen Markennamen enthalten.

**Breadcrumb Navigation** - Eine sekundäre Navigationsspur, die die Position einer Seite in der Seitenhierarchie zeigt.

**Broad Match Keyword** - Ein Google-Ads-Match-Typ, der Anzeigen für verwandte Suchanfragen auslöst, nicht nur für den exakten Begriff.

**Broken Link Building** - Das Aufspüren toter Links auf anderen Seiten und das Anbieten der eigenen passenden Seite als Ersatz.

**Brotli** - Ein moderner Kompressionsalgorithmus, der Textdateien verkleinert, um die Auslieferung von Seiten zu beschleunigen.

**Browser** - Software, die Webseiten anfordert, rendert und anzeigt, etwa Chrome oder Safari.

**Bundling** - Das Zusammenfassen mehrerer JavaScript- oder CSS-Dateien zu wenigen Dateien, um Anfragen zu reduzieren.

**Byline Trust** - Vertrauenssignale, die aus einer klar zugeordneten und glaubwürdigen Autorenzeile entstehen.

## C

**Cache** - Temporär gespeicherte Kopien von Dateien, durch die Seiten bei erneuten Besuchen schneller laden.

**Cache-Control** - Ein HTTP-Header, der Browsern und CDNs mitteilt, wie lange zwischengespeicherte Ressourcen vorgehalten werden.

**Caching** - Das Speichern von Kopien von Ressourcen, um sie schneller und mit geringerer Serverlast auszuliefern.

**Call to Action (CTA)** - Eine Handlungsaufforderung, die Nutzer zu einer bestimmten Aktion bewegt, etwa Jetzt kaufen oder Anmelden.

**Canonical URL** - Die bevorzugte Version einer Seite, die Suchmaschinen indexieren sollen, wenn doppelte oder ähnliche Seiten existieren. Auch bekannt als Canonical Tag, rel="canonical".

**Canonicalization** - Der Prozess, eine bevorzugte URL aus doppelten oder nahezu identischen Seiten auszuwählen und zu signalisieren.

**Carousel** - Ein horizontal scrollbares SERP-Feature, das mehrere Ergebnisse, Bilder oder Karten zeigt.

**ccTLD (Country Code Top-Level Domain)** - Eine zweibuchstabile Top-Level-Domain eines Landes wie .pl oder .de, die oft als Geotargeting-Signal dient.

**CDN (Content Delivery Network)** - Ein verteiltes Servernetzwerk, das Inhalte von einem Standort nahe dem jeweiligen Nutzer ausliefert.

**Channel** - Eine Gruppierung des Traffics nach Quelle, etwa organisch, bezahlt, Verweis oder direkt.

**Churn and Burn SEO** - Aggressive Black-Hat-Taktiken, um eine Website schnell zu ranken, bevor sie unweigerlich abgestraft wird.

**Citation** - Eine Online-Erwähnung eines Unternehmens oder einer Quelle, insbesondere Name, Adresse und Telefonnummer.

**Citation Building** - Das aktive Erstellen konsistenter Unternehmenseinträge in Verzeichnissen und auf Plattformen.

**Citation Flow** - Eine Majestic-Metrik, die den Einfluss einer URL anhand der Anzahl der auf sie verweisenden Links schätzt.

**Citation Grounding** - Das Verankern einer KI-Antwort in überprüfbaren Quellen, um Halluzinationen zu verringern.

**Click Potential** - Eine Semrush-Metrik, die schätzt, wie wahrscheinlich die SERP eines Keywords organische Klicks erzeugt.

**Click Share** - Der Anteil aller verfügbaren Klicks für eine Keyword-Gruppe, den eine Domain erhält.

**Clickbait** - Reißerische Überschriften, die Klicks anlocken sollen und oft mehr versprechen, als der Inhalt hält.

**Clickstream Data** - Anonymisierte Daten zu den tatsächlichen Browsing- und Klickpfaden von Nutzern, mit denen Suchmetriken geschätzt werden.

**Client-Side Rendering (CSR)** - Das Rendern von Seiteninhalten im Browser per JavaScript anstatt auf dem Server.

**Cloaking** - Suchmaschinen andere Inhalte zu zeigen als Nutzern, ein Black-Hat-Verstoß gegen die Richtlinien. Auch bekannt als Page Cloaking.

**CMS (Content Management System)** - Software zum Erstellen, Verwalten und Veröffentlichen von Website-Inhalten ohne Programmierung, etwa WordPress.

**Cold Outreach** - Die Kontaktaufnahme mit Interessenten ohne vorherige Beziehung, etwa um einen Link oder eine Partnerschaft anzubieten.

**Cold Start** - Die Schwierigkeit, mit der eine brandneue Website oder Seite rankt, bevor sie Signale oder Historie aufgebaut hat.

**Commercial Investigation Query** - Eine Suchanfrage, bei der der Nutzer vor einem wahrscheinlichen Kauf Produkte recherchiert und vergleicht.

**Common Keywords** - Keywords, für die zwei oder mehr konkurrierende Domains gleichzeitig ranken.

**Competitive Density** - Eine Semrush-Metrik von 0 bis 1, die zeigt, wie stark Werbetreibende um ein Keyword konkurrieren.

**Competitor Analysis** - Das Analysieren der Strategien, Keywords und Links von Wettbewerbern, um eigene SEO-Entscheidungen zu fundieren.

**Competitor Backlink Analysis** - Die Analyse der Backlinks von Wettbewerbern, um Link-Chancen aufzudecken, die du ebenfalls nutzen kannst.

**Competitors in Google Ads** - Domains, die auf dieselben bezahlten Keywords bieten wie du.

**Competitors in Organic Search** - Domains, die mit dir um dieselben organischen Keywords konkurrieren.

**Computer-Generated Content** - Inhalte, die von Software oder KI erstellt und nicht von einem Menschen geschrieben werden.

**Content** - Der Text, die Bilder, Videos und sonstigen Materialien einer Seite, die Nutzern einen Mehrwert bieten.

**Content Curation** - Das Auswählen, Ordnen und Teilen der besten vorhandenen Inhalte zu einem bestimmten Thema.

**Content Decay** - Der allmähliche Verlust von Traffic und Rankings, wenn Inhalte veralten oder weniger konkurrenzfähig werden.

**Content Federation** - Das Verteilen desselben Inhalts über mehrere Plattformen oder Partner-Websites.

**Content Fingerprints** - Eindeutige Signaturen, die Suchmaschinen aus Inhalten berechnen, um Duplikate und Fast-Duplikate zu erkennen.

**Content Gap** - Ein Thema oder eine Anfrage, die deine Website noch nicht abdeckt, die aber Wettbewerber oder Nutzer erwarten.

**Content Gap Analysis** - Der Vergleich deiner Inhalte mit denen der Wettbewerber, um fehlende Themen und Keyword-Chancen zu finden.

**Content Hub** - Eine zentrale Seite, die zu einem Cluster verwandter Inhalte zu einem Thema verlinkt.

**Content Marketing** - Das Erstellen und Verbreiten wertvoller Inhalte, um ein Publikum zu gewinnen, zu binden und zu halten.

**Content Negotiation** - Ein Servermechanismus, der je nach Anfrage-Headern wie der Sprache verschiedene Versionen einer Ressource ausliefert.

**Content Pruning** - Das Entfernen oder Zusammenführen von Seiten mit geringem Wert, um die Gesamtqualität einer Website zu steigern. Auch bekannt als Pruning.

**Content Relevance** - Wie gut der Inhalt einer Seite zur Suchanfrage und der dahinterliegenden Absicht passt.

**Content Silo** - Das Gruppieren verwandter Inhalte in eng untereinander verlinkte thematische Bereiche.

**Content Spinning** - Das automatische Umformulieren von Inhalten zu vielen Fast-Duplikaten, was von Suchmaschinen abgelehnt wird.

**Content Syndication** - Das Verteilen von Inhalten an Drittseiten, idealerweise mit kanonischer Zuordnung zum Original.

**Content Velocity** - Die Geschwindigkeit, mit der über einen Zeitraum hinweg neue Inhalte veröffentlicht werden.

**Content-Based Classifier** - Ein Machine-Learning-System, das Seiten durch die Analyse ihrer Inhalte kategorisiert.

**Contextual Link** - Ein Link, der im Haupttext einer Seite steht und von thematisch passendem Text umgeben ist.

**Conversion** - Eine abgeschlossene gewünschte Aktion, etwa ein Kauf, eine Anmeldung oder ein Formularversand.

**Conversion (Goal)** - Eine bestimmte Aktion, die in einem Analyse-Tool als Conversion erfasst wird.

**Conversion Rate** - Der Prozentsatz der Besucher, die eine gewünschte Aktion abschließen.

**Copied Content** - Von einer anderen Quelle kopierte Inhalte ohne nennenswerten eigenen Mehrwert.

**Core Web Vitals (CWV)** - Googles Set an UX-Metriken (LCP, INP und CLS), das Ladezeit, Interaktivität und visuelle Stabilität misst.

**Cornerstone Content** - Deine wichtigsten, umfassendsten Seiten, die für zentrale Themen am besten ranken sollen.

**Cost %** - Eine Metrik, die Werbekosten oder den Anteil bezahlten Traffics für ein Keyword in Prozent ausdrückt.

**CPA (Cost Per Acquisition)** - Die durchschnittlichen Kosten, um über Werbung eine Conversion oder einen Kunden zu gewinnen.

**CPC (Cost Per Click)** - Der Betrag, den ein Werbetreibender für jeden Klick eines Nutzers auf seine Anzeige zahlt.

**CPM (Cost Per Thousand Impressions)** - Die Kosten für tausend Anzeigenimpressionen, wobei das M für das lateinische mille (tausend) steht.

**Crawl Anomaly** - Eine Search-Console-Bezeichnung für einen unspezifischen Crawl-Fehler, oft eine unerwartete 4xx- oder 5xx-Antwort.

**Crawl Budget** - Die Anzahl der Seiten, die eine Suchmaschine in einem bestimmten Zeitraum auf einer Website crawlt.

**Crawl Delay** - Eine Anweisung, die Crawler bittet, zwischen Anfragen zu warten; manche Engines wie Bing beachten sie, Google ignoriert sie.

**Crawl Demand** - Wie stark eine Suchmaschine eine Website crawlen will, bestimmt durch deren Beliebtheit und Aktualität.

**Crawl Depth** - Wie viele Klicks eine Seite von der Startseite entfernt ist, was beeinflusst, wie leicht sie gecrawlt wird.

**Crawl Efficiency** - Wie gut das Crawl-Budget einer Website für wertvolle, indexierbare URLs statt für nutzlose verwendet wird.

**Crawl Error** - Ein Problem, das eine Suchmaschine daran hindert, eine URL erfolgreich abzurufen.

**Crawl Rate Limit** - Die maximale Crawl-Geschwindigkeit, mit der eine Suchmaschine arbeitet, um einen Server nicht zu überlasten.

**Crawl Trap** - Eine Seitenstruktur wie endlose URL-Parameter, die Crawler in wertlosen Seiten gefangen hält und Crawl-Budget verschwendet. Auch bekannt als Spider Trap.

**Crawlability** - Wie leicht Suchmaschinen-Bots auf die Seiten einer Website zugreifen und sie crawlen können.

**Crawled but Not Indexed** - Ein Search-Console-Status, bei dem eine Seite gecrawlt, aber bewusst nicht in den Index aufgenommen wurde.

**Crawler** - Ein automatisiertes Programm, das das Web durchsucht, um Seiten zu finden, abzurufen und zur Indexierung weiterzugeben. Auch bekannt als Bot, Spider, Web crawler.

**Crawler Directives** - Anweisungen in robots.txt, Meta-Robots oder HTTP-Headern, die Crawlern sagen, wie sie crawlen oder indexieren sollen.

**Crawling** - Der Prozess, mit dem Suchmaschinen-Bots Webseiten entdecken und abrufen.

**Critical Rendering Path** - Die Schrittfolge, mit der ein Browser HTML, CSS und JavaScript in gerenderte Pixel umwandelt.

**CRM** - Customer-Relationship-Management-Software zum Verwalten von Leads, Kunden und Vertriebskontakten.

**CRO (Conversion Rate Optimization)** - Das systematische Verbessern einer Website, um den Anteil konvertierender Besucher zu erhöhen.

**Cross-Linking** - Das gegenseitige Verlinken verwandter Seiten, um Relevanz zu verteilen und die Navigation zu erleichtern.

**CSS (Cascading Style Sheets)** - Die Sprache, die das visuelle Erscheinungsbild und Layout von Webseiten steuert.

**CTR (Click-Through Rate)** - Der Prozentsatz der Impressionen, die zu einem Klick führen.

**CTR Manipulation** - Das künstliche Aufblähen der Klickrate, um Rankings zu beeinflussen, eine manipulative Taktik.

**Cumulative Layout Shift (CLS)** - Ein Core Web Vital, der misst, wie stark sich Seitenelemente während des Ladens unerwartet verschieben.

**Curated Content** - Von Dritten stammende Inhalte, die gesammelt und mit zusätzlichem Kontext oder Kommentar präsentiert werden.

**Customer Journey** - Der gesamte Weg, den ein Kunde von der ersten Wahrnehmung über den Kauf hinaus zurücklegt.

## D

**<!DOCTYPE html>** - Die Deklaration am Anfang eines HTML-Dokuments, die den Browser anweist, den Standardmodus zu verwenden.

**Data** - Rohe Fakten und Zahlen, die zur Analyse erfasst werden.

**Data Sampling** - Die Analyse einer repräsentativen Teilmenge statt des gesamten Datensatzes, was die Genauigkeit von Berichten verringern kann.

**Dead-End Page** - Eine Seite ohne ausgehende Links, die Nutzern und Crawlern keinen Weg nach vorn lässt.

**Declined Keywords** - Keywords, für die die Rankingpositionen einer Website über einen Zeitraum gefallen sind.

**Deep Link** - Ein Link, der auf eine bestimmte Unterseite statt auf die Startseite einer Website verweist.

**Deindexing** - Das Entfernen von Seiten aus dem Index einer Suchmaschine.

**Demographics** - Statistische Merkmale einer Zielgruppe wie Alter, Geschlecht und Standort.

**Destination Site** - Die Website, zu der ein Link oder eine Kampagne Nutzer führt.

**Digital PR** - Das Gewinnen von Markenberichterstattung und Links aus Medien durch berichtenswerte Geschichten.

**Direct Traffic** - Besuche von Nutzern, die deine Seite ohne Verweisquelle erreichen, etwa durch Eingabe der URL.

**Directory Links** - Backlinks aus Online-B Branchen- oder Webverzeichnissen.

**Disallow** - Eine robots.txt-Anweisung, die Crawlern den Zugriff auf bestimmte Pfade untersagt.

**Disavow** - Google anzuweisen, bestimmte Backlinks bei der Bewertung deiner Website zu ignorieren.

**Disavow File** - Die Textdatei mit der Liste der Domains oder URLs, die Google ignorieren soll.

**Disavow Tool** - Das Tool in der Google Search Console, mit dem man eine Liste zu ignorierender Backlinks einreicht.

**Discovered but Not Indexed** - Ein Search-Console-Status, bei dem Google eine URL gefunden, aber noch nicht gecrawlt und indiziert hat.

**Display Ads** - Visuelle Banneranzeigen, die auf Websites über Werbenetzwerke ausgespielt werden.

**Distance** - Im Local SEO, wie weit ein Unternehmen vom Suchenden entfernt ist - ein zentraler lokaler Rankingfaktor. Auch bekannt als Proximity.

**DNS (Domain Name System)** - Das System, das menschenlesbare Domainnamen in die von Servern genutzten IP-Adressen übersetzt.

**Dofollow Link** - Ein Standard-Link, der Ranking-Signale weitergibt - Standard, wenn kein rel-Attribut ihn einschränkt.

**DOM (Document Object Model)** - Die strukturierte, im Speicher gehaltene Repräsentation einer Seite im Browser, die Skripte lesen und ändern können.

**DOM Size** - Die Anzahl der Knoten im DOM einer Seite, die bei Übermaß das Rendern verlangsamen kann.

**Domain** - Die menschenlesbare Adresse einer Website, etwa example.com.

**Domain Age** - Wie lange eine Domain registriert ist, gelegentlich als kleines Vertrauenssignal genannt.

**Domain Authority (DA)** - Ein proprietärer 0-100-Wert von Moz, der vorhersagt, wie gut eine Domain ranken dürfte.

**Domain Name** - Der registrierte Name, der eine Website identifiziert, etwa example.com.

**Domain Name Registrar** - Ein Unternehmen, das zur Registrierung und Verwaltung von Domainnamen akkreditiert ist.

**Domain Rating (DR)** - Eine 0-100-Metrik von Ahrefs, die die Stärke des Backlink-Profiles einer Domain misst.

**Domain Structure** - Wie die Domain, Subdomains und Verzeichnisse einer Website organisiert sind.

**Doorway Page** - Eine wertlose Seite, die nur erstellt wird, um für Anfragen zu ranken und Nutzer weiterzuleiten, entgegen den Richtlinien. Auch bekannt als Gateway Page, Bridge Page.

**DuckDuckGo** - Eine auf Datenschutz ausgerichtete Web-Suchmaschine.

**Duplicate Content** - Identische oder sehr ähnliche Inhalte, die unter mehr als einer URL erscheinen.

**Dwell Time** - Wie lange ein Nutzer nach dem Klick auf ein Suchergebnis auf der Seite bleibt, bevor er zur SERP zurückkehrt.

**Dynamic URL** - Eine URL, deren Inhalt von Abfrageparametern abhängt und oft Zeichen wie ? und & enthält.

## E

**E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness)** - Googles Qualitätsrahmen aus den Rater-Richtlinien, der dem früheren E-A-T die Erfahrung (Experience) hinzufügte.

**Ecommerce** - Der Kauf und Verkauf von Waren oder Dienstleistungen im Internet.

**Ecommerce SEO** - Die Optimierung von Onlineshops sowie ihrer Kategorie- und Produktseiten für die organische Suche.

**Edge Caching** - Das Zwischenspeichern von Inhalten auf Servern am Netzwerkrand, nahe den Nutzern, um die Auslieferung zu beschleunigen.

**Edge SEO** - Das Umsetzen von SEO-Änderungen auf der CDN- oder Edge-Ebene, ohne den Code der Website zu ändern.

**Edge SEO Testing** - Das Durchführen von SEO-Experimenten über die Edge- oder CDN-Ebene.

**Editorial Link** - Ein Backlink, der natürlich aufgrund seiner Qualität entsteht, ohne Anfrage oder Bezahlung.

**Ego Bait** - Inhalte, die einflussreichen Personen schmeicheln, um deren Links oder Shares zu gewinnen.

**Email Outreach** - Das Ansprechen von Personen per personalisierter E-Mail, um Inhalte, Links oder Partnerschaften anzubieten.

**Engagement** - Das Ausmaß, in dem Nutzer mit deinen Inhalten interagieren.

**Engagement Metrics** - Kennzahlen der Nutzerinteraktion wie Verweildauer, Scrolltiefe oder Klicks.

**Engagement Rate** - In GA4 der Prozentsatz der Sitzungen, die engagierte Sitzungen waren.

**Enterprise SEO** - SEO im großen Maßstab für Websites mit Tausenden Seiten und komplexen Organisationen.

**Entities** - Eindeutige, klar definierte Dinge - Personen, Orte, Marken, Konzepte -, die Suchmaschinen erkennen und verknüpfen.

**Entity Grounding** - Das Verknüpfen von Inhalten oder einer KI-Antwort mit einer bekannten Entität, damit die Bedeutung eindeutig ist.

**Entity-Based SEO** - Optimierung rund um klar definierte Entitäten und ihre Beziehungen statt allein um Keywords.

**Entry Page** - Die erste Seite, auf der ein Besucher während einer Sitzung landet.

**Estimated Accuracy** - Ein Semrush-Indikator dafür, wie zuverlässig eine bestimmte Traffic- oder Keyword-Schätzung ist.

**Estimated Traffic** - Die Schätzung eines SEO-Tools, wie viel organischen Traffic eine Seite oder Site erhält.

**ETag** - Ein HTTP-Header, der eine bestimmte Version einer Ressource kennzeichnet, damit sie effizient gecacht werden kann.

**Event Rich Results** - Erweiterte Suchergebnisse, die Veranstaltungsdetails wie Datum und Ort aus strukturierten Daten anzeigen.

**Evergreen Content** - Inhalte, die lange nach der Veröffentlichung relevant und nützlich bleiben.

**Exact Match Anchor Text** - Ankertext, der exakt dem Ziel-Keyword der verlinkten Seite entspricht.

**Exact Match Keyword** - Ein Keyword in exakter Form; in Google Ads ein Match-Typ, der Anzeigen nur für diesen Begriff oder enge Varianten auslöst.

**Expertise-Authority-Trust (E-A-T)** - Die frühere Version von Googles Qualitätsrahmen für Inhalte, bevor die Erfahrung ergänzt wurde.

**External Link / Outbound Link** - Ein Link von deiner Seite, der auf eine andere Website verweist.

## F

**Faceted Navigation** - Filterbasierte Navigation auf großen oder E-Commerce-Seiten, die viele crawlbare URL-Kombinationen erzeugen kann.

**FAQ Rich Result** - Ein Rich Result, das aufklappbare Fragen und Antworten aus FAQ-strukturierten Daten zeigt.

**FAQ Schema** - Strukturierte Daten für Frage-Antwort-Paare; FAQ-Rich-Results zeigt Google nur noch für autoritative Websites.

**Favicon** - Das kleine Symbol, das eine Website in Browser-Tabs und neben manchen Suchergebnissen darstellt.

**Featured Image** - Das repräsentative Hauptbild eines Beitrags oder einer Seite, genutzt für Thumbnails und das Teilen.

**Featured Snippet** - Eine hervorgehobene Antwort oben in manchen Suchergebnissen, die aus einer rankenden Seite stammt.

**Fetch and Render** - Das Prüfen, wie Googlebot eine Seite abrufen und visuell rendern, um Crawl- oder Rendering-Probleme zu erkennen.

**Fetch and Render Tool** - Das frühere Search-Console-Tool, das zeigte, wie Googlebot eine URL abrufen und rendern.

**File Compression** - Das Verkleinern von Dateien, um Bandbreite zu sparen und das Laden von Seiten zu beschleunigen.

**First Contentful Paint (FCP)** - Eine Performance-Metrik, die die Zeit bis zum ersten gerenderten Text oder Bild auf dem Bildschirm angibt.

**First Link Priority** - Die Annahme, dass Google nur den ersten Link zu einer URL auf einer Seite zählt und spätere Duplikate ignoriert.

**Focus Keyword** - Das eine Haupt-Keyword, für das eine Seite optimiert wird, um zu ranken.

**Follow-Up** - Eine Folgenachricht im Outreach, die gesendet wird, wenn die erste E-Mail unbeantwortet bleibt.

**Footer Link** - Ein Link im Footer einer Website, der oft seitenweit auf allen Seiten erscheint.

**Freshness** - Wie aktuell Inhalte veröffentlicht oder aktualisiert wurden, ein Rankingfaktor für zeitkritische Anfragen.

**FTP (File Transfer Protocol)** - Ein Standardprotokoll zum Übertragen von Dateien zwischen Client und Server.

## G

**GA4 (Google Analytics 4)** - Die aktuelle, ereignisbasierte Version von Google Analytics, die 2023 Universal Analytics ablöste.

**Gated Content** - Inhalte, auf die ein Besucher erst nach Angabe seiner Kontaktdaten zugreifen kann.

**Gateway Timeout (504)** - Ein HTTP-504-Status, der zurückgegeben wird, wenn ein als Gateway agierender Server keine rechtzeitige Antwort vom Upstream erhält.

**GBP Optimization** - Das Optimieren eines Google Business Profile, damit es in lokalen Ergebnissen besser rankt und konvertiert.

**GDPR** - Die Datenschutz-Grundverordnung der Europäischen Union, die den Umgang mit personenbezogenen Daten regelt.

**GEO (Generative Engine Optimization)** - Die Optimierung von Inhalten, damit sie von generativen KI-Suchmaschinen ausgespielt und zitiert werden.

**GEO (Geolocation Optimization)** - Die Optimierung einer Website für standortbasierte Signale und Targeting in der lokalen Suche.

**Geo-Targeting** - Das Ausspielen von Inhalten oder Anzeigen an Nutzer auf Basis ihres geografischen Standorts.

**Geographic Modifiers** - Standortwörter, die einem Keyword hinzugefügt werden, etwa „Klempner Berlin“, um lokale Absicht anzusprechen.

**Google** - Die weltweit meistgenutzte Web-Suchmaschine und das Unternehmen, das sie betreibt.

**Google Ads** - Googles Pay-per-Click-Werbeplattform, früher als AdWords bekannt.

**Google Ads Keyword** - Ein Keyword, das in einer Google-Ads-Kampagne anvisiert wird, um bezahlte Anzeigen auszulösen.

**Google AdSense** - Googles Programm, mit dem Publisher durch das Anzeigen von Werbung auf ihren Seiten Einnahmen erzielen.

**Google Alerts** - Ein kostenloser Google-Dienst, der per E-Mail benachrichtigt, wenn neue Inhalte zu einer Suchanfrage passen.

**Google Algorithm** - Die Gesamtheit der Ranking-Systeme, mit denen Google die Ergebnisse für eine Suchanfrage ordnet. Auch bekannt als Search Algorithm, Algorithm.

**Google Algorithm Update** - Eine Änderung an Googles Ranking-Systemen, die die Platzierungen von Websites verschieben kann. Auch bekannt als Algorithm Update, Algorithm Updates.

**Google Analytics (GA)** - Die kostenlose Plattform von Google zur Messung von Website-Traffic und Nutzerverhalten.

**Google Analytics Goals** - In Universal Analytics konfigurierte Conversions; GA4 ersetzte sie durch Conversions und Schlüsselereignisse.

**Google Autocomplete** - Die Suchvorschläge, die Google anzeigt, während ein Nutzer eine Anfrage eingibt.

**Google Bowling** - Ein Black-Hat-Versuch, einen Wettbewerber abstrafen zu lassen, indem minderwertige Links auf seine Seite gerichtet werden.

**Google Business Profile (GBP)** - Ein kostenloser Google-Eintrag, der steuert, wie ein Unternehmen in Suche und Maps erscheint. Auch bekannt als Google My Business.

**Google Caffeine** - Ein Update der Indexierungsinfrastruktur von 2010, das Google ermöglichte, Inhalte schneller und aktueller zu indexieren.

**Google Dance** - Ein Slangbegriff für die Ranking-Schwankungen, die eine neue Seite durchläuft, bis Google ihre Position festlegt.

**Google Fred** - Ein Google-Update von 2017, das weithin mit der Herabstufung dünner, werbelastiger und minderwertiger Inhalte verbunden wird.

**Google Keyword Planner** - Ein Google-Ads-Tool, das Keyword-Ideen und Schätzungen zum Suchvolumen liefert.

**Google Looker Studio** - Googles kostenloses Tool zum Erstellen interaktiver Berichte und Dashboards aus deinen Daten, früher Data Studio.

**Google Maps** - Googles Kartendienst, zentral für lokale Auffindbarkeit und Local SEO.

**Google Mobile-Friendly Test** - Ein Google-Tool, um zu prüfen, wie leicht eine Seite auf Mobilgeräten nutzbar ist.

**Google PageSpeed Insights** - Ein kostenloses Google-Tool, das Performance und Core Web Vitals einer Seite samt Verbesserungsvorschlägen meldet.

**Google Penalty** - Eine Herabstufung oder Entfernung durch Google wegen Richtlinienverstößen, insbesondere durch eine manuelle Maßnahme.

**Google Pigeon** - Ein Google-Update von 2014, das die Relevanz und Genauigkeit lokaler Suchergebnisse verbesserte.

**Google Pirate** - Ein Google-Update von 2012, das Seiten mit vielen berechtigten Urheberrechtsbeschwerden (DMCA) herabstufte.

**Google Possum** - Ein Google-Update von 2016, das lokale Ergebnisse je nach Standort des Suchenden und Filterung diversifizierte.

**Google Quality Guidelines** - Googles Regeln für zulässige Praktiken, heute über die Spam-Richtlinien und die Search Essentials ausgedrückt.

**Google Search Console (GSC)** - Die kostenlose Plattform von Google zum Überwachen von Indexierung, Suchleistung und technischen Problemen einer Website. Auch bekannt als Google Webmaster Tools.

**Google Search Operators** - Spezielle Befehle wie site: oder intitle:, die Google-Suchen verfeinern und filtern.

**Google Search Text Ads** - Textbasierte bezahlte Anzeigen, die in den Google-Suchergebnissen erscheinen.

**Google Tag Manager** - Ein kostenloses Google-Tool, um Marketing- und Analyse-Tags ohne Code-Eingriffe einzubinden und zu verwalten.

**Google Top Heavy Update** - Ein Google-Update von 2012, das Seiten mit zu vielen Anzeigen above the fold herabstuft.

**Google Trends** - Ein kostenloses Google-Tool, das die relative Beliebtheit von Suchanfragen im Zeitverlauf zeigt.

**Google Webmaster Guidelines** - Der frühere Name von Googles Richtlinien für Websites, heute Google Search Essentials genannt.

**Googlebot** - Der Webcrawler von Google, der Seiten für den Suchindex entdeckt und abruft.

**Gray Hat SEO** - Taktiken zwischen White-Hat- und Black-Hat-Methoden, die mehr Risiko bergen als vollständig regelkonformes SEO.

**Guest Blogging** - Das Schreiben und Veröffentlichen eines Beitrags auf einer fremden Website, oft um Autorität und Links aufzubauen.

**Guest Posting** - Das Veröffentlichen von Inhalten auf der Seite eines anderen, meist als Taktik zum Linkaufbau.

**Guestographic** - Eine von dir erstellte Infografik, die eine andere Seite veröffentlicht, in der Regel mit Backlink zu dir.

**Gzip** - Eine weit verbreitete Kompressionsmethode, die Dateien verkleinert, um ihre Auslieferung zu beschleunigen.

## H

---

**H1 Tag** - Die HTML-Überschrift der obersten Ebene, üblicherweise für den Haupttitel einer Seite.

**H2 / H3 Tags** - Zwischenüberschriften-Tags, die Inhaltsabschnitte unterhalb der H1 gliedern.

**Hallucination Suppression** - Techniken, die die Neigung eines KI-Modells verringern, falsche oder unbelegte Aussagen zu erzeugen.

**Head Term** - Ein kurzes, breites Keyword mit hohem Suchvolumen, das Gegenteil eines Long-Tail-Keywords.

**Header Tags** - HTML-Überschriften-Tags von H1 bis H6, die Inhalte nach Wichtigkeit strukturieren. Auch bekannt als Heading Tags.

**Helpful Content Update** - Eine 2022 gestartete und später in das Kern-Ranking integrierte Google-Initiative, die hilfreiche, nutzerorientierte Inhalte belohnt.

**Hidden Text** - Vor Nutzern verborgener, aber für Crawler sichtbarer Text - eine manipulative Black-Hat-Taktik.

**Hilltop Algorithm** - Ein Algorithmus aus den frühen 2000ern, der autoritative Seiten über Links von thematischen Expertenseiten findet.

**Historical Data** - Vergangene Leistungsdaten, die genutzt werden, um Trends und Veränderungen im Zeitverlauf zu erkennen.

**Hit** - Jede einzelne Anfrage an einen Server nach einer Datei, etwa einer Seite, einem Bild oder einem Skript. Auch bekannt als Website Hit.

**Holistic SEO** - Das Verbessern jedes Aspekts einer Website - Inhalt, Technik und UX - statt isolierter Taktiken.

**Home Page** - Die Haupteinstiegsseite einer Website, meist unter ihrer Root-URL.

**Homepage Link** - Ein Backlink, der auf die Startseite einer Website statt auf eine Unterseite verweist.

**Host Status** - Ein Search-Console-Bereich, der meldet, ob Google Probleme beim Crawlen deines Hosts hatte, etwa mit robots.txt, DNS oder Server.

**Hostload** - Wie viel Crawling ein Server verkraften kann, bevor er überlastet zu werden droht.

**HowTo Rich Result** - Ein Rich Result mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen aus HowTo-strukturierten Daten, von Google inzwischen eingestellt.

**Hreflang** - Ein Attribut, das Google über die Sprach- und Regionsvarianten einer Seite informiert.

**Hreflang Attribute** - Das konkrete rel-alternate-hreflang-Markup, das Sprache und Region einer Seite angibt.

**HSTS (HTTP Strict Transport Security)** - Ein Response-Header, der Browser zwingt, eine Website ausschließlich über HTTPS aufzurufen.

**HTML (HyperText Markup Language)** - Die Auszeichnungssprache, die den Inhalt von Webseiten strukturiert.

**HTML Sitemap** - Eine menschenlesbare Seite, die die Seiten einer Website auflistet und Nutzern wie Crawlern die Navigation erleichtert.

**HTTP (Hypertext Transfer Protocol)** - Das Protokoll, mit dem Browser und Server Webdaten austauschen.

**HTTP/2** - Eine große HTTP-Revision, die das Laden durch Multiplexing vieler Anfragen über eine Verbindung beschleunigt.

**HTTP/3** - Die neueste HTTP-Version, die über QUIC läuft und für geringere Latenz und stabilere Verbindungen sorgt.

**HTTPS** - Die verschlüsselte, sichere Version von HTTP, die Daten bei der Übertragung mit TLS schützt.

**Hub** - Eine zentrale Seite, die verwandte Inhalte zu einem Thema organisiert und zu ihnen verlinkt.

**Hub and Spoke Model** - Eine Inhaltsstruktur mit einer zentralen Hub-Seite, die zu verwandten, spezifischeren Spoke-Seiten verlinkt.

**Hummingbird** - Googles Algorithmus-Überarbeitung von 2013, die den Fokus stärker auf Bedeutung und Absicht einer Anfrage legte. Auch bekannt als Google Hummingbird.

**Hydration** - Der Vorgang, bei dem clientseitiges JavaScript serverseitig gerendertem HTML Interaktivität hinzufügt.



---

**Image Carousel** - Ein SERP-Feature, das eine horizontal scrollbare Bilderreihe zeigt.

**Image Compression** - Das Verkleinern von Bilddateien, um das Laden der Seite zu beschleunigen, ohne die Qualität zu ruinieren.

**Image Filename** - Der beschreibende Dateiname eines Bildes, ein kleines Signal für Bilder-SEO.

**Image Pack** - Ein SERP-Feature, das einen gruppierten Bildblock innerhalb der Suchergebnisse anzeigt.

**Image SEO** - Das Optimieren von Bildern - Dateiname, Alt-Text und Größe - für Suche und Performance.

**Image Sitemap** - Eine Sitemap oder Sitemap-Erweiterung, die Bilder auflistet, damit Suchmaschinen sie finden.

**Image Title** - Das title-Attribut eines Bildes, das als Tooltip erscheint und für SEO von geringer Bedeutung ist.

**Impression** - Eine einzelne Anzeige deines Eintrags oder deiner Werbung in den Suchergebnissen.

**Impression Share** - In Google Ads der Prozentsatz der erhaltenen Impressionen von denen, für die du infrage kamst.

**Improved Keywords** - Keywords, für die die Rankingpositionen einer Website über einen Zeitraum gestiegen sind.

**Incremental Static Regeneration (ISR)** - Eine Next.js-Technik, die einzelne statische Seiten nach dem Deployment bei Bedarf neu erstellt.

**Index** - Die Datenbank der Seiten, die eine Suchmaschine gespeichert hat und in den Ergebnissen ausgeben kann.

**Index Bloat** - Wenn zu viele wertarme Seiten indiziert werden und dadurch die Qualitätssignale einer Website verwässern.

**Index Coverage Report** - Der Search-Console-Bericht, der zeigt, welche Seiten indiziert sind und warum andere nicht. Auch bekannt als Page Indexing Report.

**Indexability** - Ob eine Seite in den Index einer Suchmaschine aufgenommen werden darf und kann.

**Indexation Rate** - Der Anteil der Seiten einer Website, die tatsächlich von einer Suchmaschine indiziert sind.

**Indexing** - Der Vorgang, eine Seite zu analysieren und sie dem Index einer Suchmaschine hinzuzufügen.

**IndexNow** - Ein Protokoll, mit dem Websites teilnehmende Engines wie Bing und Yandex sofort über geänderte URLs informieren.

**Infographic** - Eine visuelle Darstellung von Informationen oder Daten, oft erstellt, um Links zu gewinnen.

**Information Gain** - Wie viele neue, einzigartige Informationen eine Seite über das hinaus bietet, was bereits rankende Seiten abdecken.

**Informational Query** - Eine Suchanfrage, bei der der Nutzer etwas erfahren oder Informationen finden will, statt zu kaufen.

**Intent Cluster** - Eine Gruppe von Keywords oder Anfragen, die dieselbe zugrunde liegende Suchabsicht teilen.

**Interaction to Next Paint (INP)** - Ein Core Web Vital, der misst, wie schnell eine Seite auf Nutzerinteraktionen reagiert; er ersetzt 2024 FID.

**Internal Link** - Ein Link von einer Seite zu einer anderen Seite derselben Website.

**Internal Linking** - Das Verlinken zwischen Seiten derselben Website, um die Navigation zu erleichtern und Autorität zu verteilen.

**International SEO** - Das Optimieren einer Website, um Nutzer in mehreren Ländern und Sprachen anzusprechen.

**IP Address** - Eine numerische Kennung, die ein Gerät oder einen Server in einem Netzwerk identifiziert.

## J

**JavaScript (JS)** - Die Programmiersprache, die Webseiten Interaktivität und dynamisches Verhalten verleiht.

**JavaScript SEO** - Die Praxis, JavaScript-lastige Websites für Suchmaschinen crawl- und indexierbar zu machen.

**JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data)** - Das von Google empfohlene Format, um strukturierte Daten per Skriptblock in eine Seite einzufügen.

## K

**Kanban** - Ein visuelles Board, das Aufgaben und Arbeitsabläufe als Karten durch Spalten verwaltet.

**Keyword** - Ein Wort oder eine Phrase, die Menschen in Suchmaschinen eingeben und auf die du optimierst.

**Keyword (Google Ads)** - Ein Begriff, auf den ein Werbetreibender bietet, damit bezahlte Anzeigen ausgelöst werden.

**Keyword (Not Provided)** - Keyword-Daten, die Google in der Analyse verbirgt und als not provided kennzeichnet.

**Keyword (Organic)** - Ein Begriff, für den du in den unbezahlten, organischen Suchergebnissen ranken willst.

**Keyword (Related)** - Ein Begriff, der semantisch mit deinem Haupt-Keyword verbunden ist und dasselbe Thema stützt.

**Keyword Analysis** - Das Bewerten von Keywords nach Relevanz, Volumen, Schwierigkeit und Suchabsicht.

**Keyword Cannibalization** - Wenn mehrere Seiten einer Website um dasselbe Keyword konkurrieren und so ihre Rankings schwächen.

**Keyword Categorization** - Das Gruppieren von Keywords in Themen, um Strategie und Inhalte zu organisieren.

**Keyword Clustering** - Das Zusammenfassen eng verwandter Keywords, die eine einzelne Seite gemeinsam abdecken kann.

**Keyword Competition** - Das Maß an Konkurrenz, um organisch zu ranken oder in Anzeigen auf ein Keyword zu bieten.

**Keyword Density** - Wie oft ein Keyword im Verhältnis zur Gesamtzahl der Wörter auf einer Seite vorkommt.

**Keyword Difficulty** - Eine Tool-Metrik, die schätzt, wie schwer es wäre, für ein bestimmtes Keyword zu ranken.

**Keyword Explorer** - Eine Funktion in SEO-Tools, um Keyword-Ideen zu entdecken und ihre Kennzahlen zu analysieren.

**Keyword Frequency** - Die absolute Anzahl, wie oft ein Keyword in einem Inhalt vorkommt.

**Keyword Funnel** - Das Ordnen von Keywords nach der Phase der Customer Journey, die sie widerspiegeln.

**Keyword Overview** - Ein Tool-Bericht, der die wichtigsten Kennzahlen eines Keywords zusammenfasst, etwa Volumen, Schwierigkeit und Absicht.

**Keyword Prominence** - Wie prominent und früh ein Keyword auf einer Seite erscheint, etwa im Titel oder ersten Absatz.

**Keyword Proximity** - Wie nah die Ziel-Keywords im Text beieinanderstehen.

**Keyword Ranking** - Die Position einer Seite in den Suchergebnissen für ein bestimmtes Keyword. Auch bekannt als Keyword Rank.

**Keyword Research** - Das Finden und Analysieren der Begriffe, nach denen deine Zielgruppe sucht, um Inhalt und SEO zu steuern.

**Keyword Stemming** - Das Zurückführen eines Wortes auf seinen Stamm, sodass Varianten wie laufen und Laufen als verwandt gelten.

**Keyword Stuffing** - Das Überladen einer Seite mit Keywords in dem Versuch, ihre Rankings zu manipulieren. Auch bekannt als Keyword Spam.

**Knowledge Graph** - Googles Datenbank von Entitäten und ihren Beziehungen, die zur Anreicherung der Ergebnisse dient. Auch bekannt als Google Knowledge Graph.

**Knowledge Panel** - Eine SERP-Box, die zentrale Fakten über eine Entität aus dem Knowledge Graph anzeigt. Auch bekannt als Google Knowledge Panel.

**KPI (Key Performance Indicator)** - Ein messbarer Wert, der den Fortschritt in Richtung eines bestimmten Ziels verfolgt.

## L

**Landing Page** - Eine Seite, auf der ein Besucher aus einer Kampagne landet und die zu einer einzigen Aktion führen soll.

**Largest Contentful Paint (LCP)** - Ein Core Web Vital, der die Zeit bis zum Rendern des größten sichtbaren Elements einer Seite misst.

**Last Crawl** - Das jüngste Datum, an dem eine Suchmaschine eine bestimmte Seite gecrawlt hat.

**Last-Modified** - Ein HTTP-Header, der Clients mitteilt, wann eine Ressource zuletzt geändert wurde.

**Latent Semantic Analysis (LSA)** - Eine NLP-Technik, die Beziehungen zwischen Dokumenten und den darin enthaltenen Begriffen analysiert.

**Lazy Loading** - Das Verzögern des Ladens nicht sichtbarer Bilder oder Ressourcen, bis sie gebraucht werden, um den ersten Ladevorgang zu beschleunigen.

**Lead** - Ein potenzieller Kunde, der Interesse gezeigt hat, etwa durch Übermittlung seiner Daten.

**Lead Magnet** - Ein kostenloser Anreiz wie ein E-Book, der im Tausch gegen die Kontaktdaten eines Besuchers angeboten wird.

**Link Accessibility** - Ob Links von Crawlern entdeckt und verfolgt werden können, statt hinter Skripten verborgen zu sein.

**Link Attribution** - Das Kennzeichnen der Art eines Links über rel-Attribute wie nofollow, sponsored oder ugc.

**Link Authority** - Die Stärke und das Vertrauen, die eine verlinkende Seite übertragen kann.

**Link Bait** - Inhalt, der gezielt erstellt wird, um eine große Zahl an Backlinks anzuziehen. Auch bekannt als Linkbait.

**Link Building** - Der Prozess, Backlinks von anderen Websites zu gewinnen, um Autorität und Rankings zu verbessern.

**Link Burst** - Ein plötzlicher Anstieg neu gewonnener Backlinks in kurzer Zeit.

**Link Churn** - Der natürliche Zuwachs und Verlust von Backlinks einer Website im Zeitverlauf.

**Link Condom** - Alter Slang für Methoden wie nofollow, die verhindern, dass ein Link Ranking-Wert weitergibt.

**Link Distance** - Die Anzahl der Link-Sprünge zwischen einer vertrauenswürdigen Seed-Site und einer bestimmten Seite.

**Link Diversity** - Die Vielfalt der Quellen, Typen und Anker der Backlinks einer Website.

**Link Equity** - Der Ranking-Wert, der über einen Link von einer Seite an eine andere weitergegeben wird.

**Link Exchange** - Eine wechselseitige Vereinbarung, bei der zwei Websites zustimmen, aufeinander zu verlinken.

**Link Farm** - Eine Gruppe von Seiten, die nur erstellt wurden, um sich gegenseitig zu verlinken und Rankings zu manipulieren.

**Link Gap** - Backlinks, die Wettbewerber haben, deine Website jedoch nicht.

**Link Hoarding** - Die Zurückhaltung, nach außen zu verlinken, um den gesamten Linkwert intern zu behalten.

**Link Insert (Niche Edit)** - Das Einfügen eines Backlinks in einen bereits veröffentlichten Artikel auf einer anderen Seite.

**Link Intersect** - Eine Analyse, die Seiten findet, die zu mehreren Wettbewerbern verlinken, aber nicht zu dir.

**Link Juice** - Ein informeller Begriff für den Ranking-Wert, den ein Link an sein Ziel weitergibt.

**Link Neighborhood** - Die Menge der Seiten, zu denen du verlinkst und die zu dir verlinken, was deine Verbindungen signalisiert.

**Link Placement Quality** - Wie wertvoll die Position eines Links und sein umgebender Kontext auf einer Seite sind.

**Link Popularity** - Die Anzahl und Qualität der Backlinks, die auf eine Website verweisen.

**Link Profile** - Die Gesamtzusammensetzung aller Backlinks, die auf eine Website verweisen.

**Link Prospect** - Eine Website oder Seite, die als möglicher Backlink-Geber identifiziert wurde.

**Link Reclamation** - Das Zurückgewinnen verlorener Backlinks oder das Umwandeln unverlinkter Markenerwähnungen in Links.

**Link Relevancy** - Wie thematisch verwandt die verlinkende Seite mit der verlinkten Seite ist.

**Link Rot** - Die natürliche Tendenz von Links, mit der Zeit zu brechen, wenn Seiten umziehen oder verschwinden.

**Link Scheme** - Jede Linkpraktik, die Rankings manipulieren soll und gegen Googles Richtlinien verstößt.

**Link Spam** - Irrelevante oder manipulative Links, die platziert werden, um Rankings zu beeinflussen.

**Link Suppression** - Wenn eine Suchmaschine einen Link abwertet oder ignoriert, sodass er keinen Ranking-Wert überträgt.

**Link Toxicity** - Das Ausmaß, in dem ein Backlink-Profil schädliche oder spammige Links enthält.

**Link Velocity** - Die Geschwindigkeit, mit der eine Website Backlinks gewinnt oder verliert.

**Link Volume** - Die Gesamtzahl der Backlinks, die auf eine Seite oder Website verweisen.

**Linkable Asset** - Hochwertiger Inhalt, der gezielt erstellt wird, um Backlinks anzuziehen.

**Linked Unstructured Citations** - Erwähnungen eines Unternehmens im Inhalt, die einen Link enthalten, aber kein strukturierter Verzeichniseintrag sind.

**Listicle Placement** - Die Platzierung deiner Marke in einem Listenartikel auf einer anderen Website.

**Listing Management** - Das Pflegen korrekter, konsistenter Unternehmenseinträge über viele Plattformen hinweg.

**LLM Visibility** - Wie oft und wie prominent eine Marke in Antworten großer Sprachmodelle erscheint.

**LLMO (Large Language Model Optimization)** - Die Optimierung von Inhalten und Entitäten, damit große Sprachmodelle eine Marke in ihren Antworten anzeigen und zitieren.

**Local Ads** - Bezahlte Anzeigen für ein lokales Publikum, etwa Googles Local Services Ads.

**Local Business Schema** - Strukturierte Daten, die ein lokales Unternehmen beschreiben, etwa Name, Adresse und Öffnungszeiten, für Suchmaschinen.

**Local Citation** - Jede Online-Erwähnung von Name, Adresse und Telefonnummer eines lokalen Unternehmens. Auch bekannt als Local Citations, Citation (Local SEO).

**Local Citations Consistency** - Name, Adresse und Telefonnummer eines Unternehmens über alle Einträge hinweg identisch zu halten.

**Local Filtering** - Wenn Google ähnliche lokale Unternehmen mit gemeinsamem Standort oder Telefon herausfiltert, um Ergebnisse zu diversifizieren.

**Local Finder** - Die erweiterte Liste lokaler Ergebnisse, die erscheint, nachdem ein Nutzer aus dem Local Pack weiterklickt.

**Local Keyword Research** - Das Finden von Suchbegriffen mit lokaler Absicht für das Einzugsgebiet eines Unternehmens.

**Local Listings** - Die Profile eines Unternehmens in Verzeichnissen, Karten und Bewertungsplattformen.

**Local Pack** - Ein SERP-Feature, das für eine lokale Anfrage eine Karte und eine kurze Liste lokaler Unternehmenseinträge zeigt.

**Local Query** - Eine Suchanfrage mit lokaler Absicht, die meist Unternehmen, Produkte oder Dienste in der Nähe sucht.

**Local Ranking Factors** - Die Signale - vor allem Relevanz, Entfernung und Bekanntheit -, die lokale Rankings bestimmen.

**Local Search** - Suchen nach Unternehmen, Produkten oder Diensten in der Nähe eines bestimmten Standorts.

**Local Search Grid** - Eine Tool-Ansicht, die zeigt, wie ein Unternehmen über ein geografisches Punkteraster rankt.

**Local Search Marketing** - Die Praxis, die Sichtbarkeit eines lokalen Unternehmens in der lokalen Suche zu verbessern.

**Local Search Marketing Services** - Agenturleistungen, die die Präsenz eines Unternehmens in lokalen Suchergebnissen verbessern.

**Local SEO** - Das Optimieren von Website und Einträgen, um für standortbezogene Suchen und Kartenergebnisse zu ranken.

**Local Teaser** - Eine kompakte lokale SERP-Einheit, die für eine standortbezogene Anfrage Unternehmen in der Nähe vorab zeigt.

**Log File Analysis** - Das Auswerten von Server-Logs, um zu sehen, wie Suchmaschinen-Bots und Nutzer eine Website tatsächlich aufrufen.

**Long-Tail Keyword** - Eine längere, spezifischere Suchanfrage mit geringerem Volumen, aber klarerer Absicht.

**Lost Link** - Ein Backlink, der zuvor existierte, aber nicht mehr vorhanden ist.

**LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords)** - Eine verbreitete Fehlbezeichnung für semantisch verwandte Begriffe; echtes Latent Semantic Indexing ist nicht Googles Ranking-Methode.

## M

**<meta name="viewport">** - Das Meta-Tag, das steuert, wie eine Seite auf Mobilgeräten skaliert und dargestellt wird.

**Main Thread Blocking** - Wenn lange JavaScript-Aufgaben den Haupt-Thread des Browsers blockieren und die Reaktionsfähigkeit beeinträchtigen.

**Manual Action** - Eine von einem menschlichen Prüfer verhängte Herabstufung oder Entfernung wegen Verstoßes gegen Googles Richtlinien. Auch bekannt als Manual Penalty.

**Map Rank Tracker** - Ein Tool, das die lokalen Rankings eines Unternehmens an verschiedenen Kartenstandorten verfolgt.

**Map Spam** - Das Manipulieren lokaler Kartenergebnisse mit gefälschten oder keywordüberladenen Unternehmenseinträgen.

**Market Consolidation** - Das Ausmaß, in dem wenige Domains den Großteil des Suchtraffics eines Marktes auf sich vereinen.

**Market-Level Indexing** - Das Organisieren von Index- oder Sichtbarkeitsdaten auf der Ebene eines ganzen Marktes oder Landes.

**Match Score** - Eine Tool-Metrik, die schätzt, wie genau ein Ergebnis zu einer Anfrage oder einem Keyword-Set passt.

**Merchant Listings** - Rich Results, die Produktdetails wie Preis und Verfügbarkeit aus strukturierten Daten anzeigen.

**Meta Description** - Die HTML-Zusammenfassung einer Seite, die oft unter ihrem Titel in den Suchergebnissen erscheint.

**Meta Keywords** - Ein veraltetes Meta-Tag zum Auflisten von Keywords, das Google fürs Ranking ignoriert.

**Meta Refresh** - Code, der den Browser nach einer festgelegten Verzögerung auf eine andere URL weiterleitet. Auch bekannt als Meta Redirect.

**Meta Robots Tag** - Ein HTML-Tag, das Suchmaschinen anweist, wie eine Seite gecrawlt und indexiert wird.

**Meta Tags** - Snippets im HTML-Head, die Suchmaschinen Informationen über eine Seite liefern.

**Metric** - Eine quantifizierbare Kennzahl, mit der Leistung verfolgt und bewertet wird.

**Microdata** - Eine Inline-HTML-Methode, um strukturierte Daten über Element-Attribute hinzuzufügen.

**Minification** - Das Entfernen unnötiger Zeichen aus Code, um die Dateigröße zu verringern und das Laden zu beschleunigen.

**Mobile Optimization** - Das Anpassen einer Website, damit sie auf Mobilgeräten gut funktioniert und dargestellt wird.

**Mobile Usability** - Wie leicht Besucher eine Seite auf Mobilgeräten nutzen und mit ihr interagieren können.

**Mobile-First Indexing** - Googles Praxis, die mobile Version einer Website für Indexierung und Ranking zu verwenden.

**Mobile-Friendly Website** - Eine Website, die auf Mobilgeräten gut dargestellt wird und funktioniert.

**Model Confidence** - Wie sicher ein KI-Modell bei einer bestimmten Vorhersage oder generierten Antwort ist.

**Money Page** - Eine Seite, die direkt Umsatz erzeugt, etwa eine Produkt- oder Verkaufsseite.

**Morningscore** - Ein SEO-Tool, das das Verfolgen von Rankings, Links und Optimierungsaufgaben spielerisch gestaltet.

**MozBar** - Die kostenlose Browser-Erweiterung von Moz, die SEO-Metriken wie Domain- und Page-Authority anzeigt.

**Multi-Domain Strategy** - Das Nutzen mehrerer Domains, etwa pro Region oder Marke, als Teil einer SEO-Strategie.

**MUM (Multitask Unified Model)** - Ein KI-Modell von Google, das Sprache über Formate und viele Sprachen hinweg versteht und erzeugt.

## N

**NAP (Name, Address, Phone Number)** - Die zentralen Kontaktdaten eines Unternehmens, die in lokalen SEO-Citations einheitlich verwendet werden.

**NAP Consistency** - Name, Adresse und Telefonnummer eines Unternehmens über jeden Eintrag hinweg identisch zu halten.

**Natural Language Understanding (NLU)** - Ein Zweig der NLP, der sich auf das Erfassen von Bedeutung, Absicht und Nuancen der Sprache konzentriert.

**Natural Link** - Ein redaktionell aufgrund seiner Qualität gesetzter Link, ohne Anfrage oder Bezahlung.

**Navigation** - Das System aus Menüs und Links, das Nutzern hilft, sich auf einer Website zu bewegen. Auch bekannt als Website Navigation.

**Navigational Query** - Eine Suchanfrage, bei der der Nutzer eine bestimmte Website oder Seite erreichen will.

**Negative Keywords** - Begriffe, die du in bezahlten Kampagnen ausschließt, um Anzeigen bei irrelevanten Suchen zu vermeiden.

**Negative SEO** - Böswillige Taktiken, die darauf abzielen, die Suchrankings eines Wettbewerbers zu schädigen.

**News Box** - Ein SERP-Feature, das aktuelle, relevante Nachrichtenartikel zeigt, oft als Top-Meldungen gekennzeichnet.

**Niche** - Ein spezifisches, fokussiertes Segment eines breiteren Marktes oder Themas.

**NLP (Natural Language Processing)** - Das Fachgebiet, das Computern ermöglicht, menschliche Sprache zu verarbeiten, zu analysieren und zu verstehen.

**Nofollow Link** - Ein Link, der Suchmaschinen bittet, keine Ranking-Signale an sein Ziel weiterzugeben. Auch bekannt als rel="nofollow".

**Noindex** - Eine Anweisung, die Suchmaschinen sagt, eine Seite nicht in den Index aufzunehmen.

**Noopener and Noreferrer** - Rel-Attribute, die Links hinzugefügt werden, die in einem neuen Tab öffnen, aus Sicherheits- und Datenschutzgründen. Auch bekannt als rel="noopener", rel="noreferrer".

**Number of Results** - Die Anzahl der Seiten, die eine Suchmaschine als Treffer für eine Anfrage angibt.

## O

**Off-Page SEO** - Aktivitäten außerhalb deiner Website, vor allem Linkaufbau, die Autorität und Vertrauen aufbauen.

**On-Page SEO** - Das Optimieren des eigenen Inhalts und HTML einer Seite, damit sie in der Suche höher rankt.

**Online Directories** - Websites, die Unternehmen auflisten und oft als Quelle lokaler Citations dienen.

**Online Review Management** - Das Überwachen, Beantworten und Fördern von Kundenbewertungen über Plattformen hinweg. Auch bekannt als Review Management.

**Online Reviews** - Online veröffentlichte Bewertungen und Rückmeldungen von Kunden über ein Unternehmen. Auch bekannt als Reviews.

**Online Visibility** - Wie leicht eine Marke über Suchmaschinen und das weitere Web auffindbar ist.

**Open Graph** - Meta-Tags, die steuern, wie eine URL beim Teilen auf sozialen Plattformen dargestellt wird. Auch bekannt als Open Graph Meta Tags.

**Opt-In** - Die ausdrückliche Einwilligung eines Nutzers, Mitteilungen zu erhalten oder getrackt zu werden.

**Opt-Out** - Die Entscheidung eines Nutzers, Mitteilungen oder Tracking abzulehnen, die er sonst erhalten würde.

**Organic Search Results** - Unbezahlte Einträge, die nach Relevanz und nicht nach Werbung sortiert sind.

**Organic Traffic** - Besucher, die über unbezahlte Suchmaschinenergebnisse auf eine Website gelangen.

**Origin Server** - Der Server mit den Originalinhalten einer Website, der hinter einem etwaigen CDN liegt.

**ORM (Online Reputation Management)** - Das Steuern und Verbessern, wie eine Marke in Suchergebnissen und im Web wahrgenommen wird. Auch bekannt als Reputation Management.

**Orphan Page** - Eine Seite, auf die keine internen Links vom Rest der Website verweisen.

**Out of Stock Handling** - Wie ein Onlineshop Seiten für derzeit nicht verfügbare Produkte behandelt.

**Outreach** - Das Ansprechen von Personen oder Seiten, um Beziehungen aufzubauen und Links oder Berichterstattung zu gewinnen.

**Over-Optimization** - Das so aggressive Anwenden von SEO-Taktiken, dass es nach hinten losgeht und Rankings schadet.

## P

**Page Authority (PA)** - Ein 0-100-Wert von Moz, der vorhersagt, wie stark eine einzelne Seite ranken dürfte.

**Page Experience** - Googles Signalbündel, das widerspiegelt, wie Nutzer das Erlebnis einer Seite wahrnehmen, inklusive Core Web Vitals.

**Page Speed** - Wie schnell eine Webseite lädt und für Besucher nutzbar wird.

**Page Title** - Das Titelement einer Seite, das als klickbare Überschrift in den Suchergebnissen erscheint.

**Page View** - Ein einzelnes Laden und Ansehen einer Seite. Auch bekannt als Pageview.

**PageRank (PR)** - Googles grundlegender Algorithmus, der die Wichtigkeit einer Seite anhand der Anzahl und Qualität der Links auf sie bewertet.

**Pages per Session** - Die durchschnittliche Anzahl der Seiten, die ein Besucher während einer Sitzung ansieht.

**Pagination** - Das Aufteilen von Inhalten auf nummerierte Seiten und deren Verlinkung zur Navigation.

**Paid Link** - Ein Backlink, der durch Bezahlung erworben wird.

**Paid Search Engine Result** - Ein beworbenes Ergebnis in den Suchergebnissen, weil ein Werbetreibender für die Platzierung bezahlt hat.

**Paid Traffic** - Besucher, die über bezahlte Werbung auf eine Website gelangen.

**Panda** - Ein Google-Update gegen dünne, minderwertige Inhalte, heute Teil des Kern-Algorithmus. Auch bekannt als Google Panda, Panda Update.

**Partial Match Anchor Text** - Ankertext, der einen Teil des Ziel-Keywords zusammen mit anderen Wörtern enthält.

**Partial Match Penalty** - Eine manuelle Maßnahme oder Herabstufung, die nur einige Seiten oder Keywords betrifft, nicht die ganze Website.

**Passage Indexing** - Googles Fähigkeit, eine einzelne relevante Passage innerhalb einer Seite zu ranken, nicht nur die ganze Seite.

**Passage Retrieval** - Das Abrufen der relevantesten Passage aus Dokumenten, um eine Anfrage zu beantworten.

**Passage Weighting** - Das Zuweisen unterschiedlicher Bedeutung an einzelne Passagen beim Ranking einer Seite.

**PBN (Private Blog Network)** - Ein Netzwerk von Seiten, das nur erstellt wird, um Links auf eine Zielseite zu leiten, ein Richtlinienverstoß.

**Penguin** - Ein Google-Update gegen manipulative Links und Spam, heute Teil des Kern-Algorithmus. Auch bekannt als Google Penguin.

**People Also Ask (PAA)** - Ein SERP-Feature, das aufklappbare Fragen rund um die Suchanfrage anzeigt.

**People Also Ask Boxes** - Die einzelnen aufklappbaren Frage-Antwort-Boxen innerhalb des People-Also-Ask-Features.

**Persona** - Ein fiktives Profil, das ein Segment deiner Zielgruppe repräsentiert.

**Personalization** - Das Anpassen von Inhalten oder Suchergebnissen an den Kontext und die Historie eines einzelnen Nutzers.

**Pillar Page** - Eine breite, umfassende Seite, die einen Themencluster verankert und zu verwandten Unterseiten verlinkt.

**Pitch** - Die Nachricht, in der du einem Interessenten deinen Inhalt, Link oder deine Idee vorschlägst.

**Pogo-Sticking** - Wenn ein Nutzer ein Ergebnis anklickt und dann schnell zur SERP zurückkehrt, um ein anderes zu wählen.

**Poison Words** - Wörter, von denen man früher glaubte, sie lösten Spamfilter aus oder bremsten das Ranking einer Seite.

**Position** - Der konkrete Rang, den ein Ergebnis auf der Suchergebnisseite einnimmt.

**PPA (Pay Per Action)** - Ein Werbemodell, bei dem du nur zahlst, wenn eine definierte Aktion wie eine Anmeldung erfolgt.

**PPC (Pay Per Click)** - Ein Werbemodell, bei dem du für jeden Klick auf deine Anzeige zahlst.

**Precision** - Im Information Retrieval der Anteil der zurückgegebenen Ergebnisse, die tatsächlich relevant sind.

**Price Competitiveness** - Wie der Preis eines Produkts im Vergleich zu Wettbewerbern abschneidet, relevant in Shopping- und Produktergebnissen.

**Primary Category** - Die Hauptkategorie eines Unternehmensprofils oder Produkts, die die Relevanz prägt.

**Primary Keyword** - Das eine Haupt-Keyword, für das eine Seite aufgebaut und optimiert wird, um zu ranken.

**Product Grid SEO** - Die Optimierung von Produktraster- und Kategoriseiten im E-Commerce für die organische Sichtbarkeit.

**Product Schema** - Strukturierte Daten, die ein Produkt beschreiben, etwa Preis, Verfügbarkeit und Bewertungen.

**Programmatic SEO** - Das Erzeugen vieler Seiten im großen Stil aus Daten und Vorlagen, um große Mengen ähnlicher Anfragen abzudecken.

**Programming Language** - Eine formale Sprache, in der Anweisungen geschrieben werden, die Software ausführt.

**Progressive Web Apps (PWA)** - Web-Apps, die sich wie native Apps verhalten, mit Funktionen wie Offline-Nutzung und Installierbarkeit.

**Prominence** - Im Local SEO, wie bekannt und etabliert ein Unternehmen ist - ein lokaler Rankingfaktor.

**Prompt Bank** - Eine gespeicherte Sammlung wiederverwendbarer Prompts für KI-Tools.

**Prospecting** - Das Identifizieren potenzieller Link-, Partner- oder Kundenkontakte für die Ansprache.

**Protocol** - Ein Satz von Regeln, der den Datenaustausch bestimmt, etwa HTTP oder HTTPS.

**Public Relations** - Das Steuern, wie eine Organisation von Öffentlichkeit und Medien wahrgenommen wird.

**Pull Channel** - Ein Marketingkanal, bei dem Kunden zu dir kommen, etwa die organische Suche.

**Pull Marketing** - Kunden anziehen, indem man gefunden wird, wenn sie aktiv suchen oder nach Lösungen schauen.

**Purchase Conversion** - Eine Conversion, bei der der Besucher einen Kauf abschließt.

**Purchased Link** - Ein gekaufter Link zur Beeinflussung von Rankings, der gegen Richtlinien verstößt, sofern nicht gekennzeichnet und nofollow.

**Push Channel** - Ein Kanal, über den du Botschaften an ein Publikum sendest, etwa Displayanzeigen oder E-Mail.

**Push Marketing** - Das proaktive Senden von Botschaften an ein Publikum, das sie nicht aktiv gesucht hat.

## Q

---

**Qualified Lead** - Ein Lead, der Kriterien erfüllt, die echtes Verkaufspotenzial anzeigen.

**Qualified Traffic** - Besucher, die zu deiner Zielgruppe passen und mit höherer Wahrscheinlichkeit konvertieren.

**Quality Content** - Inhalte, die nützlich und korrekt sind und die Absicht des Nutzers wirklich erfüllen.

**Quality Score** - Die Bewertung von Keyword-, Anzeigen- und Landingpage-Qualität in Google Ads, die Kosten und Anzeigenposition beeinflusst.

**Query Deserves Diversity (QDD)** - Ein Konzept, das für mehrdeutige Anfragen mit verschiedenen Bedeutungen eine vielfältige Ergebnismischung bevorzugt.

**Query Deserves Freshness (QDF)** - Ein Google-Konzept, das frischere Inhalte für Anfragen mit plötzlich steigendem Interesse bevorzugt.

**QUIC** - Ein modernes Transportprotokoll, das von HTTP/3 genutzt wird und durch den Betrieb über UDP die Latenz senkt.

## R

---

**Rank Distribution** - Wie sich die Keywords einer Website über die Bandbreite der Ranking-Positionen verteilen.

**Rank Tracking** - Das Überwachen, wie sich die Keyword-Positionen einer Website im Zeitverlauf ändern.

**RankBrain** - Googles Machine-Learning-System, das hilft, neue und mehrdeutige Suchanfragen zu interpretieren. Auch bekannt als Google RankBrain.

**Ranking** - Die Position, die eine Seite in den Suchergebnissen für eine Anfrage einnimmt.

**Ranking Factor** - Ein Signal, das eine Suchmaschine nutzt, um die Reihenfolge ihrer Ergebnisse zu bestimmen.

**Readability Score** - Eine Metrik, die schätzt, wie leicht ein Text zu lesen ist.

**Reciprocal Link** - Eine Vereinbarung, bei der zwei Websites gegenseitig aufeinander verlinken.

**Reconsideration Request** - Ein Antrag, eine Website von Google überprüfen zu lassen, nachdem eine manuelle Maßnahme behoben wurde.

**Redirect** - Eine Methode, Nutzer und Bots automatisch von einer URL auf eine andere zu schicken.

**Redirect Chain** - Eine Abfolge mehrerer Weiterleitungen, die eine Anfrage bis zur finalen URL durchläuft.

**Redirected Link** - Ein Link, der über eine oder mehrere Weiterleitungen läuft, bevor er seine endgültige URL erreicht.

**Referral Traffic** - Besucher, die über Links von anderen Websites auf deine Seite gelangen.

**Referring Domain** - Eine eindeutige Domain, die mindestens einmal auf deine Website verlinkt.

**Regex (Regular Expressions)** - Textmuster zum Abgleichen von Zeichenketten, nützlich in Filtern, Audits und der Search Console.

**Regional Keywords** - Keywords, die an eine bestimmte Region oder ein Gebiet gebunden sind.

**Reinclusion** - Das Zurückholen einer Website oder ihrer Seiten in den Index nach einer Entfernung oder Strafe.

**Related Searches** - Suchvorschläge, die mit deiner Suche verwandt sind und am Ende der Ergebnisseite erscheinen.

**Relative URL** - Eine URL, die relativ zur aktuellen Seite angegeben wird und Protokoll und Domain weglässt.

**Relevance** - Wie gut eine Seite oder ein Unternehmen zur Suchanfrage passt - ein zentraler Rankingfaktor.

**Render-Blocking Scripts** - Skripte, die geladen und ausgeführt werden müssen, bevor der Browser sichtbaren Inhalt rendern kann.

**Rendering** - Der Vorgang, den Code einer Seite in das vom Nutzer gesehene visuelle Layout umzuwandeln.

**Rendering Delay** - Die Verzögerung zwischen einer Anfrage und dem Moment, in dem der Seiteninhalt vollständig gerendert ist.

**Resource Hints** - HTML-Hinweise wie preload, preconnect und dns-prefetch, die das Laden von Ressourcen beschleunigen.

**Resource Pages** - Kuratierte Seiten, die nützliche Ressourcen zu einem Thema sammeln und zu ihnen verlinken.

**Responsive Design** - Ein Designansatz, bei dem sich das Layout einer Seite flüssig an jede Bildschirmgröße anpasst.

**Retrieval-Augmented Generation (RAG)** - Ein KI-Ansatz, der relevante Dokumente abrufen und sie nutzt, um eine generierte Antwort zu fundieren.

**Review Sentiment** - Der insgesamt positive oder negative Ton, der in den Bewertungen eines Unternehmens zum Ausdruck kommt.

**Review Velocity** - Die Geschwindigkeit, mit der ein Unternehmen im Zeitverlauf neue Bewertungen erhält.

**Rich Snippet** - Ein Suchergebnis, das mit Zusatzinformationen aus den strukturierten Daten einer Seite angereichert ist.

**Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) -**

Robots-Anweisungen, die steuern, wie eine Seite in den Ergebnissen erscheint, etwa Snippet-Länge, Bildvorschauen und Caching.

**Robots.txt** - Eine Datei, die Crawlern mitteilt, welche Teile einer Website sie aufrufen dürfen und welche nicht.

**ROI (Return on Investment)** - Eine Kennzahl für den Gewinn im Verhältnis zu den Kosten einer Investition.

**Root Domain** - Die registrierte Top-Level-Domain ohne jeden Subdomain-Präfix.

## S

**SaaS (Software as a Service)** - Software, die über das Internet im Abomodell bereitgestellt wird, statt lokal installiert zu werden.

**SAM (Serviceable Available Market)** - Der Teil des Gesamtmarktes, den ein Unternehmen realistisch bedienen kann.

**sameAs** - Eine Schema-Eigenschaft, die eine Entität mit ihren offiziellen Profilen und URLs verknüpft.

**Schema Markup** - Strukturiertes Daten-Vokabular, das Seiten hinzugefügt wird, um Rich Results zu ermöglichen.

**Schema.org** - Das gemeinschaftliche Vokabular, das strukturierte Daten über Suchmaschinen hinweg standardisiert.

**Scraped Content** - Inhalte, die ohne Erlaubnis oder Mehrwert von anderen Websites kopiert wurden.

**Scraping (Web Scraping)** - Das automatische Extrahieren von Daten oder Inhalten von Websites mithilfe von Software.

**Screaming Frog** - Ein Desktop-Crawler, der häufig für technische SEO-Audits eingesetzt wird.

**Scroll Depth** - Wie weit Besucher eine Seite nach unten scrollen, bevor sie sie verlassen.

**Scrum Board** - Ein visuelles Board, das Aufgaben und Fortschritt in einem Scrum-Workflow verfolgt.

**Search Demand Curve** - Die Verteilung der Suchnachfrage von volumenstarken Head-Begriffen bis zum Long Tail.

**Search Engine** - Software, die Webseiten findet, indiziert und als Antwort auf Nutzeranfragen sortiert.

**Search Engine Advertising** - Das Bezahlen, um Anzeigen innerhalb der Suchmaschinenergebnisse zu schalten.

**Search Engine Poisoning** - Das Manipulieren von Ergebnissen, damit für Anfragen schädliche oder irreführende Seiten erscheinen.

**Search Engine Rank** - Die Position, die eine Seite innerhalb der Ergebnisse einer Suchmaschine einnimmt.

**Search Engine Results Page (SERP)** - Die Ergebnisseite, die eine Suchmaschine für eine bestimmte Anfrage ausgibt.

**Search Generative Experience Visibility** - Wie oft und wie prominent eine Marke in KI-generierten Suchantworten erscheint.

**Search Intent** - Das zugrunde liegende Ziel, das ein Nutzer beim Eingeben einer Suchanfrage verfolgt.

**Search Quality Rater Guidelines** - Googles öffentliches Handbuch, das menschliche Bewerter bei der Beurteilung der Ergebnisqualität und E-E-A-T anleitet.

**Search Query** - Die Wörter, die ein Nutzer in eine Suchmaschine eingibt, um etwas zu finden. Auch bekannt als Query, Search Term.

**Search Result Snippet** - Der Titel, die URL und die Beschreibung, die für ein einzelnes Ergebnis auf der SERP angezeigt werden.

**Search Results** - Die Einträge, die eine Suchmaschine als Antwort auf eine Anfrage zurückgibt. Auch bekannt als Results.

**Search Traffic** - Besucher, die über Suchmaschinen auf eine Website gelangen.

**Search Visibility** - Eine Metrik, die schätzt, wie sichtbar eine Website über die Keywords ist, für die sie rankt.

**Search Volume** - Wie oft ein Keyword innerhalb eines bestimmten Zeitraums gesucht wird. Auch bekannt als Volume.

**Seasonal Trends** - Vorhersehbare Anstiege und Rückgänge der Suchnachfrage im Jahresverlauf.

**Secondary Keywords** - Unterstützende Keywords, die eine Seite neben ihrem Haupt-Keyword anvisiert.

**Seed Keywords** - Die anfänglichen Kernbegriffe, mit denen die Keyword-Recherche beginnt.

**SEM (Search Engine Marketing)** - Marketing, das die Sichtbarkeit in Suchmaschinen erhöht, oft über bezahlte Anzeigen.

**Semantic Completeness** - Wie vollständig eine Seite die Konzepte und Unterthemen rund um ihr Thema abdeckt.

**Semantic Core** - Die vollständige Menge an Keywords, die den thematischen Umfang einer Website definiert.

**Semantic Search** - Suche, die Bedeutung und Absicht hinter einer Anfrage interpretiert und nicht nur Keywords.

**Semantic Similarity** - Wie nah sich zwei Texte oder Begriffe in ihrer Bedeutung sind.

**Semrush** - Eine beliebte All-in-one-Software-Suite für SEO und digitales Marketing.

**Semrush Rank** - Semrushs Rangliste von Domains nach ihrem geschätzten organischen Suchtraffic.

**Sentiment** - Der emotionale Ton, positiv oder negativ, der über eine Marke oder ein Thema geäußert wird.

**Sentiment Analysis** - Der Einsatz von NLP, um die in einem Text ausgedrückte Stimmung zu bestimmen.

**SEO (Search Engine Optimization)** - Die Praxis, eine Website zu verbessern, damit sie in den organischen Suchergebnissen höher rankt.

**SEO Audit** - Eine gründliche Überprüfung der SEO-Gesundheit, Probleme und Chancen einer Website.

**SEO Benchmarking** - Das Messen der SEO-Leistung gegenüber Wettbewerbern oder früheren Ergebnissen.

**SEO Briefing** - Ein Dokument, das Autoren anleitet, wie ein Inhalt optimiert werden soll.

**SEO Checklist** - Eine Aufgabenliste, mit der sichergestellt wird, dass eine Seite oder Website richtig optimiert ist.

**SEO Consultant** - Ein Experte, der Unternehmen berät, wie sie ihre Suchleistung verbessern.

**SEO Emojis** - Der Einsatz von Emojis in Titeln oder Meta-Tags zur Aufmerksamkeit, obwohl Google sie oft aus Snippets entfernt.

**SEO Podcast** - Eine Audiosendung, die sich auf Themen der Suchmaschinenoptimierung konzentriert.

**SEO Service** - Eine professionelle Dienstleistung, die die SEO-Ergebnisse eines Kunden verbessern soll.

**SEO Silo** - Das Gruppieren verwandter Inhalte in eng thematische Bereiche, um thematische Relevanz aufzubauen.

**SEO Tips** - Praktische Empfehlungen, um die Suchleistung einer Website zu verbessern.

**SEO URL** - Eine saubere, beschreibende, keywordfreundliche URL, die Suche und Nutzern hilft.

**SEO vs. SEM** - Der Vergleich zwischen organischer Optimierung (SEO) und bezahltem Suchmarketing (SEM).

**SEOnaut** - Ein scherzhafter Spitzname für einen SEO-Fachmann.

**SERP Feature** - Jedes nicht standardmäßige Ergebnis auf einer SERP, etwa ein Snippet, Image Pack oder Local Pack.

**SERP Real Estate** - Der visuelle Platz, den deine Einträge auf einer Ergebnisseite einnehmen.

**SERP Shaker** - Ein Begriff für eine bedeutende, weitreichende Verschiebung der Suchmaschinen-Rankings.

**SERP Source** - Die Website, aus der ein bestimmtes Suchergebnis stammt.

**SERP Volatility** - Das Ausmaß der Schwankungen der Rankings in den Suchergebnissen im Zeitverlauf.

**Server-Side Rendering (SSR)** - Das Erzeugen des HTML einer Seite auf dem Server, bevor es an den Browser gesendet wird.

**Service Area Business (SAB)** - Ein Unternehmen, das Kunden an deren Standorten bedient, statt von einem Ladengeschäft aus.

**SGE (Search Generative Experience)** - Googles Experiment mit KI-generierten Antworten über den Ergebnissen, das sich zu den AI Overviews entwickelte.

**Shopify** - Eine weit verbreitete gehostete E-Commerce-Plattform zum Aufbau von Onlineshops.

**Shopping Grid** - Ein Raster von Produktangeboten, das in den Shopping-Suchergebnissen angezeigt wird.

**Short-Tail Keywords** - Kurze, breite Keywords mit hohem Volumen und vager Absicht.

**Site Architecture** - Wie die Seiten einer Website strukturiert, organisiert und intern verlinkt sind.

**Site Audit** - Ein automatisierter Crawl, der technische und On-Page-SEO-Probleme aufdeckt.

**Site Speed** - Wie schnell die Seiten einer Website insgesamt für ihre Besucher laden.

**Sitelinks** - Zusätzliche Unterseiten-Links unter einem Hauptergebnis, die die Navigation erleichtern. Auch bekannt als Google Sitelinks.

**Sitemap** - Eine Datei, die die URLs einer Website auflistet, damit Suchmaschinen sie finden und crawlen.

**Sitemap Index** - Eine Datei, die auf mehrere Sitemaps verweist und für sehr große Websites genutzt wird.

**Sitewide Backlink** - Ein Backlink, der auf jeder Seite der verlinkenden Website erscheint.

**Sitewide Link** - Ein Link, der auf allen Seiten einer Website wiederholt wird, oft im Header oder Footer.

**Skyscraper Technique** - Beliebte Inhalte finden, etwas Besseres erstellen und die Links gewinnen, die sie anzog.

**SMM (Social Media Marketing)** - Das Bewerben einer Marke und ihrer Inhalte über Social-Media-Plattformen.

**SMO (Social Media Optimization)** - Das Optimieren von Inhalten und Profilen, um Reichweite und Interaktion auf sozialen Plattformen zu steigern.

**Social Signals** - Interaktionen in sozialen Medien wie Likes und Shares, die manchmal mit Sichtbarkeit in Verbindung gebracht werden.

**Social Syndication** - Das erneute Veröffentlichen von Inhalten über soziale Kanäle, um ihre Reichweite zu vergrößern.

**Social Traffic** - Besucher, die über Social-Media-Plattformen auf eine Website gelangen.

**Soft 404** - Eine Seite, die einen Erfolgs-Statuscode zurückgibt, Nutzern aber eine Nicht-gefunden-Meldung zeigt.

**Source Attribution** - Das Identifizieren und Kennzeichnen der ursprünglichen Quelle von Inhalt, Daten oder eines Besuchs.

**SOV (Share of Voice)** - Der Anteil deiner Marke an der gesamten Suchsichtbarkeit für ein Keyword-Set im Vergleich zu Wettbewerbern.

**Spam** - Irrelevante, manipulative oder minderwertige Inhalte, die erstellt werden, um Suchsysteme auszutricksen.

**Spam Classifier** - Ein System, das spammige Inhalte oder Links automatisch erkennt und kennzeichnet.

**Spam Score** - Mozs Metrik, die die Wahrscheinlichkeit schätzt, dass eine Website spammig oder abgestraft ist.

**Spam Signals** - Merkmale einer Seite oder Website, die darauf hindeuten, dass sie Spam sein könnte.

**Spamdexing** - Das Manipulieren des Index und der Rankings einer Suchmaschine durch Spam-Techniken. Auch bekannt als Webspam, Search Engine Spam.

**Spammy Tactics** - Manipulative SEO-Methoden, die gegen die Richtlinien der Suchmaschinen verstoßen.

**Splash Page** - Eine einleitende Seite, die vor der eigentlichen Website erscheint, oft werblich.

**Sponsored Link** - Ein Link, der per rel-Attribut als bezahlt oder gesponsert gekennzeichnet ist, wie die Richtlinien es verlangen. Auch bekannt als rel="sponsored".

**Sponsored Link Disclosure** - Das klare Kennzeichnen bezahlter Links und Inhalte als gesponsert, wie die Richtlinien es verlangen.

**Srcset** - Ein HTML-Bildattribut, das mehrere Bildquellen für responsives Laden bereitstellt.

**SSL Certificate** - Ein digitales Zertifikat, das verschlüsselte HTTPS-Verbindungen ermöglicht und heute technisch TLS nutzt.

**Static URL** - Eine URL, die konstant bleibt und keine dynamischen Abfrageparameter enthält.

**Status Code** - Der HTTP-Code, den ein Server zurückgibt, um das Ergebnis einer Anfrage anzuzeigen.

**Stop Words** - Häufige Wörter wie der, und oder von, die Suchmaschinen oft ignorieren.

**Structured Data** - Standardisiertes Markup, das den Inhalt einer Seite beschreibt, damit Suchmaschinen ihn verstehen.

**Subdirectory** - Ein in der URL-Struktur einer Website verschachtelter Ordner, gleichbedeutend mit einem Unterordner.

**Subdomain** - Ein Präfix einer Domain, das einen eigenen Bereich bildet, etwa blog.example.com.

**Subfolder** - Ein Verzeichnis innerhalb eines URL-Pfads, etwa example.com/blog.

**Submission** - Das Einreichen einer Website oder URL bei Suchmaschinen oder Verzeichnissen.

**SXO (Search Experience Optimization)** - Die Verbindung von SEO mit Nutzererfahrung, damit eine Seite Nutzer zufriedenstellt und nicht nur Rankings.

## T

**TAM (Total Addressable Market)** - Die gesamte Umsatzchance, die für ein Produkt oder eine Dienstleistung verfügbar ist.

**Taxonomy** - Das System aus Kategorien und Tags, mit dem die Inhalte einer Website organisiert werden.

**Taxonomy SEO** - Das Optimieren von Kategorie-, Tag- und anderen Taxonomieseiten für die Suche.

**Technical SEO** - Das Optimieren von Crawling, Indexierung und der zugrunde liegenden Infrastruktur einer Website.

**The Fold** - Die Linie auf einer Seite, unterhalb derer Inhalte erst durch Scrollen sichtbar werden.

**Thin Content** - Seiten, die Nutzern wenig oder keinen Mehrwert bieten.

**Three-Way Link Exchange** - Eine Anordnung, bei der Seite A auf B, B auf C und C zurück auf A verlinkt, um die Gegenseitigkeit zu verbergen.

**Thumbnails** - Kleine Vorschaubilder, etwa die für Videos in den Suchergebnissen angezeigten.

**Tiered Link Building** - Das schichtweise Aufbauen von Links zu deinen bestehenden Backlinks, um deren Stärke zu erhöhen.

**Time on Page** - Die durchschnittliche Zeit, die Besucher auf einer einzelnen Seite verbringen.

**Time to First Byte (TTFB)** - Die Zeit von einer Anfrage bis zum Empfang des ersten Bytes der Serverantwort.

**Title Tag Optimization** - Das Ausarbeiten des Titelements einer Seite, um Relevanz und Klickrate zu verbessern.

**TLD (Top-Level Domain)** - Die Domain-Endung nach dem letzten Punkt, etwa .com, .org oder .de.

**TLS (Transport Layer Security)** - Das Protokoll, das Daten zwischen Client und Server verschlüsselt, der Nachfolger von SSL.

**Top Stories** - Ein SERP-Nachrichtenfeature, das aktuelle, relevante Artikel zu einer Anfrage zeigt.

**Topic Cluster** - Eine Gruppe verwandter Seiten, die um eine zentrale Pillar-Seite organisiert sind.

**Topic Efficiency** - Wie effektiv eine Website Traffic für ein Thema im Verhältnis zum investierten Inhalt erfasst.

**Topical Authority** - Die wahrgenommene Expertise und Tiefe einer Website über ein gesamtes Themengebiet.

**Topical Coverage** - Wie umfassend eine Website alle Aspekte eines Themas behandelt.

**Topical Relevance** - Wie eng ein Inhalt mit einem bestimmten Thema zusammenhängt.

**Total Blocking Time (TBT)** - Eine Labormetrik, die die Blockierzeit des Haupt-Threads summiert und die Interaktivität widerspiegelt.

**Toxic Backlinks** - Schädliche oder spammige Links, die den Rankings einer Website schaden können.

**Tracking Code** - Ein Code-Snippet auf einer Website, das Analyse- oder Conversion-Daten sammelt.

**Traffic** - Die Gesamtzahl der Besucher, die eine Website erhält.

**Traffic %** - Der Anteil am Gesamttraffic, den ein Keyword, eine Seite oder ein Kanal ausmacht.

**Traffic Cost** - Die geschätzten Kosten, deinen organischen Traffic stattdessen über bezahlte Anzeigen zu erhalten.

**Traffic Potential** - Der gesamte organische Traffic, den ein Thema oder Keyword realistisch bringen könnte.

**Transactional Query** - Eine Suchanfrage, die die Absicht signalisiert, zu kaufen oder eine bestimmte Aktion abzuschließen.

**Trend** - Die allgemeine Richtung, in die sich etwas, etwa das Suchinteresse, bewegt.

**Trust Dampening** - Das Abwerten des Ranking-Werts, den Links aus wenig vertrauenswürdigen Quellen weitergeben.

**Trust Flow** - Majestics Metrik, die die Linkqualität einer Website danach bewertet, wie vertrauenswürdig ihre Quellen sind.

**TrustRank** - Ein Algorithmus, der nützliche Seiten von Spam trennt, ausgehend von vertrauenswürdigen Seed-Seiten.

**Twitter Cards** - Meta-Tags, die steuern, wie eine URL beim Teilen auf Twitter, heute X, dargestellt wird.

## U

**UGC Link Attribute** - Ein rel-Wert, der Links kennzeichnet, die in nutzergenerierten Inhalten erscheinen. Auch bekannt als rel="ugc".

**Unique Visit** - Ein Besuch, der pro eindeutigem Besucher in einem Zeitraum nur einmal gezählt wird.

**Universal Analytics (UA)** - Googles frühere Analyseplattform, die 2023 durch GA4 ersetzt wurde.

**Universal Search** - Das Zusammenführen verschiedener Ergebnistypen wie Bilder, News und Video in einer SERP.

**Unlinked Mention** - Eine Erwähnung deiner Marke in Inhalten, die keinen Link enthält.

**Unnatural Link** - Ein Link, der zur Manipulation von Rankings erstellt wurde, statt redaktionell verdient zu sein.

**URL (Uniform Resource Locator)** - Die Webadresse, die auf eine bestimmte Ressource im Internet verweist.

**URL Folder** - Ein Verzeichnissegment innerhalb des Pfads einer URL.

**URL Parameter** - Ein Schlüssel-Wert-Paar, das einer URL nach einem Fragezeichen angehängt wird, um Daten zu übergeben.

**URL Rating (UR)** - Ein 0-100-Wert von Ahrefs für die Stärke des Backlink-Profiles einer Seite.

**URL Slug** - Der lesbare Teil einer URL, der eine bestimmte Seite identifiziert. Auch bekannt als Slug.

**URL Structure** - Wie die URLs einer Website über die gesamte Seite hinweg organisiert und formatiert sind.

**Usability** - Wie einfach und intuitiv eine Website für Besucher zu nutzen ist.

**User Engagement** - Wie aktiv Nutzer mit einer Website oder ihren Inhalten interagieren.

**User Experience (UX)** - Die Gesamtqualität der Interaktion einer Person mit einer Website oder einem Produkt.

**User Intent** - Das Ziel, das ein Nutzer mit einer Suche erreichen möchte.

**User Interface (UI)** - Die visuellen Elemente und Steuerungen, über die ein Nutzer mit einem Produkt interagiert.

**User-agent** - Eine Zeichenkette, die den Browser oder Bot identifiziert, der eine Anfrage an einen Server stellt.

**User-Friendly** - So gestaltet, dass er für Menschen einfach, klar und angenehm zu nutzen ist.

**UTM Code** - Ein Tag, das einer URL hinzugefügt wird, um die Kampagnenleistung in der Analyse zu verfolgen.

**UTM Parameters** - Die einzelnen Schlüssel-Wert-Tags innerhalb einer mit UTM versehenen Kampagnen-URL.

## V

**Variant Indexing** - Wie Suchmaschinen die Indexierung mehrerer Varianten eines Produkts oder einer Seite handhaben.

**Vary Header** - Ein HTTP-Header, der Caches mitteilt, wie sich eine Antwort je nach Request-Headern unterscheidet.

**Vector Search** - Suche, die Inhalte über semantische Ähnlichkeit mithilfe von Vektor-Embeddings abgleicht.

**Vertical Search** - Suche, die auf eine bestimmte Inhaltskategorie beschränkt ist, etwa Bilder oder Jobs.

**Vertical Search Engine** - Eine Suchmaschine, die sich auf ein einzelnes Thema oder einen Inhaltstyp konzentriert.

**Video Carousel** - Ein SERP-Feature, das eine horizontal scrollbare Reihe von Videos zeigt.

**Video Optimization** - Das Optimieren von Videoinhalten, damit sie in der Suche gut abschneiden und Zuschauer fesseln.

**Viewport** - Der sichtbare Bereich einer Webseite innerhalb des Gerätebildschirms.

**Viral Content** - Inhalt, der sich durch Teilen schnell und weit verbreitet.

**Visibility** - Wie prominent eine Website in den Suchergebnissen erscheint.

**Visibility Score** - Eine Metrik, die die gesamte Sichtbarkeit einer Website in der Suche schätzt.

**Visit (Session)** - Eine einzelne Browsing-Sitzung eines Nutzers auf einer Website.

**Voice Search** - Das Suchen, indem man eine Anfrage laut an ein Gerät oder einen Assistenten spricht.

**Voice Search SEO** - Das Optimieren von Inhalten, damit sie über Sprachsuchanfragen ausgespielt werden können.

**Volatility** - Das Ausmaß der Schwankungen in den Suchmaschinen-Rankings im Zeitverlauf.

## W

**Warm Cache** - Ein bereits mit Daten gefüllter Cache, sodass Anfragen schnell bedient werden.

**Web Architecture** - Das strukturelle Design, wie Websysteme, Server und Seiten miteinander verbunden sind.

**Web Stories** - Antippbare, bildschirmfüllende visuelle Stories, die in der Google-Suche erscheinen können.

**Webpage** - Ein einzelnes Dokument im Web, das unter seiner eigenen URL erreichbar ist.

**Website** - Eine Sammlung verwandter Webseiten, die unter einer einzigen Domain veröffentlicht werden.

**Website Architecture** - Wie die Seiten und Bereiche einer Website strukturiert und verbunden sind.

**Website Quality** - Das Gesamtniveau von Inhalt, Nutzererfahrung und Vertrauenswürdigkeit einer Website.

**Website Structure** - Die Organisation und Hierarchie der Seiten innerhalb einer Website.

**White Hat SEO** - Ethische SEO-Praktiken, die den Richtlinien der Suchmaschinen folgen.

**WordPress** - Das am weitesten verbreitete Content-Management-System zum Erstellen von Websites.

**WPO (Website Performance Optimization)** - Das Verbessern der Ladegeschwindigkeit und Gesamtleistung einer Website.

## X

---

**X-Robots-Tag** - Ein HTTP-Header, der Indexierung und Crawling für jeden Dateityp steuert.

**XML (Extensible Markup Language)** - Eine flexible Auszeichnungssprache zum Speichern und Übertragen strukturierter Daten.

**XML Sitemap** - Eine maschinenlesbare Datei, die die URLs einer Website für Suchmaschinen auflistet. Auch bekannt als Sitemap.xml.

## Y

---

**Yahoo** - Ein langjähriges Webportal und eine Suchmaschine, deren Ergebnisse von Bing stammen.

**Yandex** - Die führende Suchmaschine in Russland.

**YMYL (Your Money or Your Life)** - Seiten, die Gesundheit, Finanzen oder Sicherheit betreffen können und von Google höheren Qualitätsmaßstäben unterliegen.

**Yoast SEO** - Ein beliebtes SEO-Plugin für WordPress.

## Z

---

**Zero-Click Search** - Eine Suche, die direkt auf der Ergebnisseite beantwortet wird, ohne Klick auf eine Website.

**Zombie Pages** - Wertarme Seiten, die keinen Traffic bringen und die Gesamtqualität einer Website verwässern können.