



On SEO



Hey Leute, 😊

SEO scheint in Zeiten von KI und massenhafter Content-Produktion auf Social Media wie ein Relikt aus alten Internet-Tagen. Gleichzeitig können wir derzeit beobachten, dass die SEO-Mechanismen von Google, YouTube & Co. gar nicht so leicht mit KI auszuhebeln sind.

Darum bleibt SEO-Optimierung so wichtig. Anstatt sich darauf zu verlassen, dass der eigene Content in der Social-Media-Flut irgendwie gut ankommen wird, sind wir in der Lage, die Content-Ausspielung gezielter zu steuern, als viele glauben.

Hashtags, Keywords und Meta-Tags, das sind alles Mittel, die bekanntlich die Sichtbarkeit im Internet steigern können. Jedenfalls solange wir es richtig machen. Unüberlegt die falschen Keywords und Hashtags für Content zu verwenden, kann dazu führen, dass die Performance von Inhalten auf Social Media mehr als mau ausfällt.

Unser Senior Innovation Manager Marius Szynalski ist Experte, wenn es um SEO-Optimierung geht. Er kennt sich bestens mit den aktuellen Best Practices und Trends aus und hat drei Tipps für euch, wie ihr den Grundbaustein legt, um langfristig eure Online-Präsenz zu stärken und eure Auffindbarkeit zu verbessern.

Außerdem zeigen wir euch drei Beispiele, wie wir SEO für Social Media nutzen. Wir versuchen, uns so wenig wie möglich auf Zufälle des Algorithmus zu verlassen, sondern möchten unseren Content da vorgeschlagen bekommen, wo die Chance für hohe View-Zahlen oder neue Abos am größten ist.

Bei uns steigen sowohl die Nutzerzahlen als auch die Plätze im Ranking der Suchergebnisse.

Wenn ihr neben dem wichtigen SEO-Thema erfahren möchtet, was ich von aktuellen – und teilweise auch nervigen – Social-Media-Trends halte, wie hoch wir den Wert echter Communitys einschätzen und mit welchen neuen Themen wir uns bei HitchOn zukunftsgestaltend aufstellen, dann lest den Newsletter unbedingt bis zum Schluss. Dort haben wir euch das Interview mit Peter Turi verlinkt, dem ich zum Auftakt der turi2 Themenwoche „Social Media“ Rede und Antwort stehen durfte.

Viel Inspiration und Spaß beim Lesen wünschen euch

eure Sarah und das HitchOn-Team



3 Tipps für dein SEO-Konzept

SEO kann manchmal anspruchsvoll und auch nervenaufreibend sein. Deswegen geben wir euch drei grundlegende Tipps an die Hand, mit denen ihr in Sachen SEO gezielt durchstarten könnt.



1. Beobachtung der Konkurrenz

Egal ob auf TikTok, Instagram oder YouTube: Checkt mal eure Konkurrenz und filtert, was sich bewährt hat und was nicht. Nehmen wir einmal das Beispiel "Intros". Nicht selten werden wir gefragt, ob nicht Intros eine gute Möglichkeit wären. Doch was vielleicht schön aussieht, ist häufig ein echter Nachteil. Intros laden nämlich zum "Video-hopping" ein. Die User springen also im Video nach vorne und schwächen so die Performance des Videos. Aber aufgepasst: Das gilt nicht für jedes Genre und Video. Ein Blick auf den jeweiligen Markt verrät euch, dass zum Beispiel für Wissens-Formate kurze Intros gut sind – Unterhaltungsformate aber meistens davon Abstand nehmen sollten.

2. Füge etwas Neues dem Bewährten hinzu:

Es gibt Themen, die immer wieder bespielt und auch geklickt werden. Wie zum Beispiel: „Rezepte“. Unzählige von ihnen sind auf Social Media zu finden und die Konkurrenz ist groß. Das bedeutet nicht, dass man große Extravaganz in die Rezeptentwicklung investieren muss. Es performen weiterhin Klassiker vom "Brokkoli" bis "Waffeln selbst gemacht". Was man hier beobachten kann: Kleine Ergänzungen zu diesen Klassiker-Rezepten "mit nur 2 Zutaten" oder "in nur 10 Minuten" können große Wirkung erzielen.

3. Keywords

“Großes Suchvolumen bedeutet große Reichweite”: Ein großer Irrtum über Social Media. Große Konkurrenz bei Keywords bedeutet nämlich häufig, dass die Algorithmen sehr schnell Content ausspielen und ebenfalls schnell Rückmeldung bekommen. Ist der Content überdurchschnittlich gut, kann der Content bei großem Suchvolumen durch die Decke gehen. Bekommt der Algorithmus aber die Rückmeldung, dass die Klickrate bzw. die Watchtime unterdurchschnittlich ist, wird der Content rasch in der Versenkung verschwinden. Deswegen ein Geheimtipp aus den SEO-Katakomben: Mittlere Suchvolumina (unter sechsstellig) sind deutlich leichter zu bespielen und können dennoch sehr hohe Reichweiten generieren.



SEO für YouTube: 3 Arten von SEO, die wir in Projekten anwenden



Aufgepasst, denn wir lassen euch ins Nähkästchen schauen. Wie nutzen und arbeiten wir als Agentur mit Social Media SEO?

1. Emotionales SEO: Wir ändern Thumbnails auf YouTube, um die Stimmung der Nutzer:innen besser abzufangen. Das messbare Ergebnis: höhere Wiedergabedauer bei Videos und eine erhöhte Ausspielung des Contents.

2. Keyword-Wechsel: Analysedaten zeigen uns, wenn man auf die falschen Keywords gesetzt hat. Wir können eine Content-Leiche mit einem einfachen Titel-Wechsel nicht nur reanimieren, sondern zu einem Top-Performer mit Millionen Views führen.

3. Passendere Zielgruppen-Ansprache für bessere Monetarisierung: Wir optimieren Videos vom Design bis zu den Metadaten, auch wenn es Hunderte sind. Obwohl der Content gleichbleibt, können sich die Umsätze nach einer Zeit massiv steigern. Der Grund: Der Content wird den passenderen Zielgruppen ausgespielt und somit die Wiedergabedauer erhöht. Die SEO-Maßnahmen lenken die Algorithmen also besser und steigern so die Umsätze.



Wir messen eure SEO-Leistungsdaten

SEO verfolgt immer spezifische Ziele und möchte reichweitenstärkeren Content als die Konkurrenz produzieren. Dies lässt sich jedoch nicht immer nur an reinen View-Zahlen belegen, da jede Social-Media-Plattform und jeder Wettbewerb unterschiedlich ist. Deshalb verwenden wir Ranking-Messungen für YouTube und Google, um herauszufinden, wo der Content tatsächlich gut performt und wo noch Verbesserungen möglich sind.

Auf Basis dieser Erkenntnisse sind wir in der Lage, weitere Optimierungsmaßnahmen abzuleiten oder für zukünftigen Content zu berücksichtigen.

Wir können dabei Rankings für jeden YouTube-Kanal oder jede Webseite – unabhängig von Zugangsdaten – messen.

Wenn ihr also Lust habt, euer Verbesserungspotenzial auszuschöpfen und eure SEO-Leistungsdaten von uns messen zu lassen, dann meldet euch gerne bei unserem Kollegen [Marius Szynalski](#).



Ist die Social-Media-Ära wirklich vorbei?

Das und mehr erfahrt ihr in meinem Interview, das ich Peter Turi zum Auftakt der Social Media Themenwoche von turi2 geben durfte. Schaut gerne **hier** vorbei!



“Die Social-Media-Ära ist vorbei, Social ist nicht mehr social” – Sarah Kübler über Content und Community.

22. April 2024

|| mgesattelt: Sarah Kübler hat ihren Traum vom Profi-Reitsport nach einem

IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler
An den Grachten 27 | 55120 Mainz | Tel: +49 (0)6131 20 77 00 6
Web: www.HitchOn.de | Email: info@HitchOn.de
Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)