WEBETWEEN · SEO-Audit · Beispiel

Rheinlicht Pflege

Keywords & Phrasen · Suchabsichten · Suchwettbewerb · Seitenbedarf vor der Sitemap

UNTERNEHMEN
Rheinlicht Pflege (fiktiv)

BEISPIEL-DOMAIN
rheinlicht-pflege.example

STAND
18.10.2026

BRANCHE
Ambulante Pflege · Köln

Fiktives Beispiel: Unternehmen, Mitbewerber, Befunde und sämtliche Kennzahlen sind frei erfunden. Keine echte Website-Prüfung oder Semrush-Abfrage.

Nicht jede Keyword-Variante braucht eine Seite. Rheinlicht braucht passende Antworten auf lokale Anbietersuche, konkrete Pflegeleistungen und typische Situationen.

01

ÜBERBLICK

Executive Summary & Datengrundlage

Das SEO-Audit bestimmt, welche Inhalte vor der Sitemap gebraucht werden. Im Beispielszenario sind drei Suchmotive relevant: einen lokalen Pflegedienst finden, eine konkrete Leistung prüfen und in einer neuen Pflegesituation Orientierung gewinnen. Diese Motive verlangen unterschiedliche Inhalte, aber nicht automatisch eine eigene Seite für jede Formulierung.

„Pflegedienst Köln“ und „ambulante Pflege Köln“ werden hier als gemeinsame lokale Anbietersuche behandelt. Behandlungspflege und Pflegeberatung erhalten eigene Leistungsseiten. „Pflege nach dem Krankenhaus“ kann als Situations-Seite hilfreich sein, wenn sie eine eigenständige Frage beantwortet und zu tatsächlichen Leistungen führt.

Alle Suchvolumen, Schwierigkeiten und Rankings sind frei gewählte Beispielwerte für Deutschland, keine Semrush-Daten. Es gab keine Live-Suche. Eine echte Analyse muss Quelle, Abfragedatum, Land und geprüfte Ergebnisse nennen.

Entscheidung	Begründung	Vor Umsetzung bestätigen
Lokale Hauptbegriffe bündeln	Gleiche Anbietersuch-Absicht im Szenario	Reale Suchergebnisse und Seitenüberschneidung
Leistungen eigenständig erklären	Unterschiedliche Anliegen und Voraussetzungen	Tatsächliches Angebot
Situations-Einstiege ergänzen	Wiedererkennung und konkrete Fragen	Use Cases aus dem Onboarding
Stadtteilseiten gezielt prüfen	Nur bei eigenständigem Nutzen	Einsatzgebiet, Nachfrage und eigene Inhalte

02

KEYWORD-RECHERCHE

Relevante Keywords und Phrasen

Suchbegriff	Suchen/Monat*	KD* / 100	Suchabsicht	Passendes Thema
pflegedienst köln	800	35	Lokalen Anbieter finden	Startseite
ambulante pflege köln	150	30	Pflege zu Hause organisieren	Startseite
ambulanter pflegedienst köln	170	31	Lokalen Anbieter finden	Startseite
behandlungspflege köln	90	24	Medizinische Versorgung finden	Behandlungspflege
pflegeberatung köln	200	28	Beratung erhalten	Pflegeberatung
grundpflege köln	70	23	Unterstützung bei Körperpflege und Alltag	Pflege zu Hause
pflegedienst köln ehrenfeld	80	20	Anbieter im Stadtteil finden	Einsatzgebiet prüfen
pflege nach krankenhaus	300	32	Nächste Schritte verstehen	Situations-Einstieg
entlastung pflegende angehörige	500	38	Entlastung organisieren	Unterstützungsangebot
was ist behandlungspflege	900	36	Leistung verstehen	Antwort auf Leistungsseite
pflege zu hause organisieren	250	29	Ablauf und Möglichkeiten verstehen	Pflege zu Hause
pflegeberatung nach paragraf 37	350	27	Beratungsbesuch verstehen	Pflegeberatung, falls angeboten

* Sämtliche Zahlen sind fiktiv. KD ist ein beispielhafter Schwierigkeitswert, keine Erfolgswahrscheinlichkeit. Suchvolumen

wird nicht addiert: Formulierungen und Nutzergruppen können sich überschneiden. Überregionale Informationssuchen sind kein direktes lokales Anfragepotenzial.

03 SUCHABSICHTEN

Keyword-Gruppen statt Einzelwort-Seiten

Drei Hauptbegriffe gehören auf eine starke Seite

SEITENENTSCHEIDUNG

Im angenommenen Suchbild führen „Pflegedienst Köln“, „ambulante Pflege Köln“ und „ambulanter Pflegedienst Köln“ überwiegend zu lokalen Anbietern.

> Beleg im fiktiven Ausgangsauftritt: Beispielcluster: gleiche Anbietersuche, unterschiedliche Formulierungen

Drei fast gleiche Seiten würden Inhalte gegeneinander antreten lassen und den Besuchern wenig zusätzlichen Nutzen geben.

Empfehlung: Die lokale Hauptseite für den gemeinsamen Bedarf ausarbeiten. Hauptüberschrift und Seitentitel verständlich formulieren; Varianten natürlich im Text verwenden.

Informationsfragen stützen die Leistungsseite

INHALT

„Was ist Behandlungspflege?“ verlangt eine Erklärung, „Behandlungspflege Köln“ zusätzlich einen lokalen Anbieter. Beide Fragen hängen eng zusammen.

> Beleg im fiktiven Ausgangsauftritt: Beispielfragen: Was gehört dazu? Welche Verordnung ist nötig? Wie frage ich Hilfe an?

Eine gut aufgebaute Leistungsseite kann Grundlagen und lokale Anfrage verbinden. Ein kurzer Ratgeber ohne Leistungsbezug wäre für das lokale Ziel weniger direkt.

Empfehlung: Behandlungspflege mit Leistungsumfang, bestätigten Voraussetzungen, typischen Fragen und Kontakt erklären. Medizinische Aussagen fachlich freigeben lassen.

Use Cases öffnen den richtigen Inhalt

USE CASE

Nach einem Krankenhausaufenthalt sucht eine Familie zunächst Orientierung und kennt den Namen der benötigten Leistung möglicherweise nicht.

> Beleg im fiktiven Ausgangsauftritt: Beispiel-Opener: „Hilfe nach dem Krankenhaus“

Das Schlüssel-Schloss-Prinzip schafft einen Klickimpuls: Der Besucher erkennt seine Situation. Der Einstieg muss anschließend zu konkreter Unterstützung führen, nicht bei einem emotionalen Absatz enden.

Empfehlung: Einen eigenständigen Situations-Inhalt nur bei genügend eigenem Nutzen anlegen. Andernfalls den Use Case als Anreißer zur Behandlungspflege oder Pflegeberatung verwenden.

04 SUCHWETTBEWERB
Beispielhafte Rankings & Inhaltslücken

Keyword	Rheinlicht*	Domgarten*	Alltagshafen*	Pflegekreis*
pflegedienst köln	24	5	8	11
behandlungspflege köln	Nicht in Top 100	14	19	6
pflegeberatung köln	42	21	7	16
pflege nach krankenhaus	Nicht in Top 100	Nicht in Top 100	18	23

* Frei erfundenes Ranking-Szenario. Keine tatsächlichen Google-Platzierungen, keine Aussage über das Local Pack. Rankingunterschiede können nicht allein aus einer Inhaltsmatrix erklärt werden.

Thema	Beispielhafter Wettbewerbsbefund	Chance für Rheinlicht
Lokale Hauptseite	Domgarten nennt Ort und Hilfe direkt	Köln und Angebot früher sichtbar machen
Behandlungspflege	Pflegekreis erläutert Leistungen und Voraussetzungen	Gute eigene Fachtexte klar strukturieren
Pflegeberatung	Alltagshafen führt verständlich zur Anfrage	Beratung mit Ablauf und Kontakt erklären
Nach dem Krankenhaus	Im Szenario wenige ausführliche Antworten	Orientierung plus tatsächliche Leistungen verbinden

05

SEITENPLANUNG

Seitenvorschläge vor der Sitemap

Gruppe	Seite / Adresse	Inhalt & Zweck	Entscheidung
Lokale Anbietersuche	Startseite /	Pflegeangebot, Köln, persönliche Belege und Anfrage	Hauptbegriffe bündeln
Behandlungspflege	/behandlungspflege	Leistungen, Verordnung, Fragen und Kontakt	Eigene Leistungsseite
Grundpflege / Hilfe zu Hause	/pflege-zu-hause	Tatsächliche Unterstützung im Alltag	Eigene Leistungsseite
Pflegeberatung	/pflegeberatung	Angebot, Voraussetzungen und Anfrage	Angebot bestätigen
Pflege nach Krankenhaus	/pflege-nach-krankenhaus	Nächste Schritte, passende Leistungen und Kontakt	Eigener Nutzen nötig
Entlastung Angehörige	/entlastung-angehoerige	Welche Unterstützung angeboten wird	Leistungsumfang bestätigen
Köln Ehrenfeld	/einsatzgebiet/ehrenfeld	Eigenständige lokale Informationen	Nicht automatisch erstellen

Diese Liste ist eine Inhaltsgrundlage, noch kein endgültiges Menü. Die Navigation muss übersichtlich bleiben; nicht jede Suchseite muss einen eigenen Hauptmenüpunkt erhalten. Leistungen bilden die fachliche Ebene, Situations-Einstiege die kundenseitige Orientierung darüber.

Keine Stadtteilseiten ohne bestätigtes Einsatzgebiet und eigenständigen Inhalt. Keine Suchseite für eine Leistung, die Rheinlicht nicht anbietet. Die echten Suchergebnisse entscheiden mit darüber, ob Inhalte gebündelt oder getrennt werden.

Ist · Beispiel

Rheinlicht Pflege – Startseite

Soll · Textvorschlag

Pflegedienst Köln: ambulante Pflege zu Hause | Rheinlicht Pflege

06

TECHNIK & LOKAL

Was vor dem Seitenbau geprüft werden muss

Prüfung	Warum sie wichtig ist	Status
Bestehende URLs und Suchseiten	Sichtbarkeit und sinnvolle Inhalte erhalten	Im Beispiel nicht real erhoben
Indexierbarkeit / Canonicals	Zielseiten müssen erreichbar und eindeutig sein	Nicht technisch geprüft
Weiterleitungen	Geänderte Adressen ohne Sackgassen übernehmen	Vor Relaunch planen
Titel, H1 und Beschreibung	Thema jeder Seite verständlich machen	Je Seite vor Erstellung festlegen
Interne Verlinkung	Use Cases, Leistungen und Kontakt verbinden	In die Sitemap aufnehmen
Google-Unternehmensprofil	Lokale Angaben und Kontaktdaten abgleichen	Keine echten Profildaten
Ladezeit und mobile Nutzung	Inhalte müssen tatsächlich benutzbar sein	Mit realer Website messen

Strukturierte Unternehmensdaten können Suchmaschinen helfen, bestätigte Angaben zuzuordnen. Sie ersetzen weder ein gepflegtes Unternehmensprofil noch eigene Inhalte. Ebenso sind FAQ-Blöcke keine Garantie für besondere Suchergebnisdarstellungen oder Erwähnungen in KI-Antworten.

07

KONSEQUENZEN

Prioritäten & offene Angaben

Vor der Sitemap

Daten und Angebot bestätigen

- Reale Keyword-Daten mit Quelle und Datum erheben.
- Suchergebnisse und dominante Seitentypen prüfen.
- Leistungsangebot und Einsatzgebiet bestätigen.
- Use Cases aus dem Onboarding übernehmen.

Bei der Seitenplanung

Themen sauber verteilen

- Lokale Hauptbegriffe bündeln.
- Leistungsseiten pro eigenständigem Bedarf planen.
- Informationsfragen passenden Leistungen zuordnen.
- Stadtteilseiten nur mit eigenem Nutzen vorsehen.

Vor Veröffentlichung

Technische Übergänge prüfen

- Titel und Hauptüberschriften je Seite festlegen.
- Alte URLs und Weiterleitungen testen.
- Indexierbarkeit und interne Links prüfen.
- Kontaktwege auf Handy und Desktop durchspielen.

Nach Veröffentlichung

Mit echten Ergebnissen lernen

- Indexierte Seiten und Suchanfragen beobachten.
- Formularabschlüsse datenschutzkonform messen.
- Telefonklicks von echten Anfragen unterscheiden.
- Inhalte anhand von Suchdaten statt Vermutungen verbessern.

Prioritäten sind Empfehlungen für dieses Beispielszenario, keine vereinbarten Termine, Budgets oder Leistungszusagen.

WEBETWEEN

Analyse · Klarheit · Konsequenz

Fiktives Beispiel: Unternehmen, Mitbewerber, Befunde und sämtliche Kennzahlen sind frei erfunden. Keine echte Website-Prüfung oder Semrush-Abfrage. Textzitate sind Teil des erfundenen Ausgangsauftritts. Scores sind illustrative redaktionelle Bewertungen, keine Messwerte. In Kundenreports müssen Aussagen mit tatsächlichen Quellen belegt werden; nicht geprüfte Angaben bleiben ausdrücklich offen. Empfehlungen sind keine rechtliche Beratung und keine Garantie für Anfragen oder Platzierungen.