

# Blog-Restart in 5 Schritten

## Recap: Was ist ein Blog 2025 für Ihre User?

Ein guter **Ratgeber** mit **viel Persönlichkeit**

**gut=**  
fundierter Content  
E E A T  
aktuell

**Ratgeber=**  
Probleme lösen  
Regelmäßigkeit  
Erfahrungsberichte

**viel Persönlichkeit=**  
einzigartige Inhalte  
Wiedererkennbarkeit  
Autorenschaft

## Recap: Was ist ein Blog 2025 für Sie?

Ein plattformunabhängiger Marketing- & Vertriebskanal

### Expertenstatus

fundierter Content  
E E A T  
aktuell

### Sichtbarkeit

Probleme lösen  
Regelmäßigkeit  
Erfahrungsberichte

### Branding

einzigartige Inhalte  
Wiedererkennbarkeit  
Autorenschaft

3

## 5 steps to restart

- Marketing-Ziele neu definieren & Strategie ableiten
- CI-Design und Nutzerfahrung optimieren
- Inhalte überprüfen, sortieren und in Form bringen
- Inhalte aktualisieren (inhaltlich, fachlich & SEO/GEO) & Lead-Magneten einsetzen
- Technische Aspekte

4

# 1. Marketing-Ziele definieren + Strategie ableiten

- ✓ **Sichtbarkeit** = eine Art Maß dafür, wie gut eine Seite von potenziellen Kunden gefunden wird. (SEO/GEO: Sind Artikel zielgruppengerecht formuliert, gut lesbar für Mensch und Maschine und werden regelmäßig aktualisiert, werten sie Blogs inhaltlich auf?)
- ✓ **Branding/ Employer Branding** = klare Positionierung und Unterscheidung von anderen Marken/Arbeitgebern
- ✓ **Expertenstatus** aufbauen = Kernfähigkeiten haben und kommunizieren (teilen)
- ✓ **Leads/Sales** = als Problemlöser im Netz Klicks in Leads konvertieren
- ✓ **Kundenbindung** = Mentor, Wegbegleiter & Problemlöser

5

## Thema und Zweck des Blogs klären

- Frage: Über welches Thema möchten Sie als Marke sprechen und sich als Experte positionieren? (z. B. Reisen, Fitness, Finanzen, Technik, Lifestyle, Existenzgründung)
- Nische des Blogs festlegen: (z. B. Yoga-Reisen, Fitness für Faule, Finanzen für Beginners, Lifestyle für kleines Budget, Mentor für Selbstständige Wissen & WorkLifeBalance).
- Zweck deines Blogs klären: Möchten Sie informieren, inspirieren, unterhalten oder Problemlösungen und konkrete Anleitungen anbieten?
- Ein Blog? Oder zwei?

6

## Zielgruppen definieren

- Buyer Personas erstellen: Namen, Alter, Beruf, Wohnort/ Bedürfnisse, Herausforderungen und Ziele/ bevorzugte Medien- und Kommunikationskanäle.
- Zielgruppen-Segmente erstellen: z.B. Thema Reisen – Nische Yoga-Reisen: Single-Yoga-Reisen/ Yoga-Gruppenreisen/ Yoga-Familien-Reisen/ Yoga-Reisen Anfänger/ Fortgeschrittene, Hatha-Yoga-Reisen etc.

**ACHTUNG:** „Menschen, die Yoga mögen“ ist keine Zielgruppe

7

## 2. Design und Nutzerfahrung optimieren

**Look & Feel an CI und dem technischen Anspruch der User anpassen:**

1. Ladezeiten optimieren
2. Blog CI = Marken CI
3. Intuitive Navigation
4. Informationsarchitektur: Klare Menüs und Suchfunktionen einbauen
5. Mobilfreundliches Design sicherstellen (Achtung Barrierefreiheit)
6. Übersichtliches Layout und ansprechende Bilder nutzen
7. Optional: Interaktive Elemente wie Kommentare oder Umfragen integrieren

8

## 3. Content-Audit: Inhalte überprüfen, sortieren und in Form bringen

- ✓ Relevanz (Zielgruppe)
- ✓ Aktualität (Mut zum Ausmisten: Was kann wirklich weg?)
- ✓ Aktualität (Content-Recycling & Upcycling)
- ✓ Sortieren nach Kategorie (verbesserte Nutzerfahrung)
- ✓ Textstruktur (SEO/GEO & Anpassung an Vorlagen/wiederkehrende Elemente/ Ctas)
- ✓ Autorenprofil
- ✓ Quellen/weiterführende Links
- ✓ Bilder/Videos (Finetuning)

9

## Fragen für den Blog-Content-Audit

- Inhaltliche Qualität und richtiger Umfang der Texte?
  - Sind Ihre Inhalte + Metadaten noch aktuell und falls nein + what to do?
  - Passen Tonalität, Gestaltung, Layout, Bildsprache zu Ihrer Markenidentität?
  - Muss der Text rechtlich oder fachlich überprüft werden? Bildlizenzen noch gültig? Bildbeschriftungen? Barrierefreiheit?
- 
- Ohne eine Bestandsaufnahme kein erfolgreicher Restart!
  - Ein Content-Audit sorgt dafür, dass Ihr neuer Blog nicht nur schick aussieht, sondern auch inhaltlich überzeugt – und langfristig **im richtigen Kontext** sichtbar bleibt.

10

## 4. Inhalte aktualisieren & Leads

- ✓ Klassisches Update: Stimmen Inhalte fachlich noch?
- ✓ Recycling: Wiederverwendung und Anpassung bereits veröffentlichter Blog-Inhalte in neuen Formaten oder Kontexten
- ✓ Upcycling: Aufwertung bestehender Inhalte durch Umwandlung in Infografiken, Videos, E-Books oder Social-Media-Posts
- ✓ SEO- + GEO-Turbo anschmeißen (Sichtbarkeit durch **Keywords+Kontext, User-Fragen, Mehrwerte**)
- ✓ Lead-Magneten einsetzen (Downloadables wie E-Books, Checklisten, Case-Studys, Probeabos, Newsletter-Abo etc. )

11

## Tools

- SISTRIX – Speziell für den deutschen Markt entwickelt, bietet SISTRIX umfangreiche Analysen zu Sichtbarkeit, Keywords, SEO-Rankings und Wettbewerbern.
- Seobility – bietet eine umfassende Analyse von Onpage-SEO-Faktoren, erkennt doppelte Inhalte, prüft interne Verlinkungen und bewertet die Lesbarkeit von Texten.
- ChatGPT – effiziente Hilfe bei der inhaltlichen Optimierung, Strukturierung und Ideenfindung.
- neuroflash – KI-Tool für die Texterstellung, SEO-Analyse und Plagiatsprüfung.
- DeepSeek – chinesische Alternative zu ChatGPT

12

## 5. Technische Aspekte

### So stellen Sie sicher, dass sich Ihr Ranking nicht verschlechtert:

- 301-Weiterleitungen einrichten: Leiten Sie alte URLs **permanent** auf die neuen Seiten weiter, um "404-Fehler" zu vermeiden.
- Meta-Daten beibehalten: Übernehmen oder aktualisieren Sie Titel, Meta-Beschreibungen und Schlagwörter für bestehende GUTE Inhalte.
- Sitemap aktualisieren: Reichen Sie die neue Sitemap in der Google Search Console ein.
- Backlinks + Interne Links prüfen: Stellen Sie sicher, dass bestehende Links weiterhin auf gültige Seiten verweisen.
- Content konsistent halten: Überarbeiten Sie Inhalte behutsam, ohne den ursprünglichen Mehrwert zu verlieren.
- Sichtbarkeits-Monitoring durchführen: Überwachen Sie Ihre Rankings während und nach dem Relaunch, um bei Problemen schnell reagieren zu können.
- Barrierefreiheit sicherstellen: klare Schriftarten, ausreichende Kontraste, Alternativtexte für Bilder, Tastaturnavigation und Screenreader-Kompatibilität implementieren.

13

**eMBIS** AKADEMIE FÜR  
ONLINE MARKETING

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**eMBIS GmbH**  
Akademie für Online-Marketing

Blumenstr. 25  
85399 Hallbergmoos (bei München)

Telefon: 08 11 / 99 33 66-0  
Telefax: 08 11 / 99 33 66-1

E-Mail: [mail@eMBIS.de](mailto:mail@eMBIS.de)  
Internet: [www.eMBIS.de](http://www.eMBIS.de)

Folgen Sie **eMBIS** auf Social Media:



### Unsere Seminare

Wählen Sie aus über 40 Themen

<https://www.embis.de/seminare/>



### Unser Newsletter

Onlinemarketing Insights

<https://www.embis.de/newsletter/>



### Unser Podcast

TREFF.PUNKT. Marketing

<https://www.embis.de/podcast/>



# Disclaimer

**eMBIS GmbH**  
**Akademie für Online Marketing**  
Blumenstr. 25  
85399 Hallbergmoos

## Copyright

Alle Seminarunterlagen sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte an ihnen sind vorbehalten. Kein Teil der Unterlagen darf außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ohne schriftliche Genehmigung der eMBIS GmbH in irgendeiner Form vervielfältigt, unter Einsatz elektronischer Systeme verarbeitet, verbreitet oder sonst öffentlich zugänglich gemacht, übersetzt oder auf sonstige Weise bearbeitet werden. Soweit Rechte an einzelnen Teilen der Unterlagen Dritten zustehen, sind diese Rechte vorbehalten.

## Rechtsausschluss

Dieses Dokument ist mit großer Sorgfalt und Genauigkeit erstellt worden. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass Fehler nicht auszuschließen sind und somit dieses Dokument keine verbindliche Grundlage für die weitere Nutzung im gewerblichen oder privaten Bereich ist.