Suchmaschinenoptimierung und -werbung (Google Ads) für Ihre Webseite – Grundlagen (BYOD)

SEO, SEA, Reichweite im Internet generieren und Prompt Writing mit ChatGPT (Bildungsurlaub 3 Tage)

Kursnummer 27M569025

Beginn Montag, 26.04.2027, 09:00 - 16:30 Uhr

Dauer 3 Termin(e)

Ort VHS im Komed, Raum U2

Dozent Michael Schmidt

Kursentgelt 241,00 €

Sie möchten Ihre Website erfolgreich im Internet positionieren, ihre Reichweite erhöhen und Online-Marketingmaßnahmen fundiert planen und bewerten können? Die Kölner VHS bietet Ihnen ein dreitägiges Grundlagenseminar zu Websiteoptimierung, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) an.
Neben den klassischen Grundlagen des Suchmaschinenmarketings beschäftigen wir uns auch mit den Veränderungen, die durch generative künstliche Intelligenz entstehen. Dazu gehören der sinnvolle Einsatz von ChatGPT und anderen KI-Werkzeugen im Online-Marketing ebenso wie die Frage, wie Websites künftig in KI-gestützten Such- und Antwortsystemen sichtbar bleiben können.
Unter den Begriffen Generative Engine Optimization (GEO) und Answer Engine Optimization (AEO) werden derzeit verschiedene Ansätze diskutiert, mit denen Websites auch für KI-gestützte Such- und Antwortsysteme optimiert werden sollen. Im Seminar betrachten wir diese Entwicklung bewusst kritisch: Welche Maßnahmen unterscheiden sich tatsächlich von klassischer Suchmaschinenoptimierung, welche bekannten SEO-Grundlagen bleiben weiterhin wichtig und bei welchen Empfehlungen fehlen bislang belastbare Erfahrungen?
Ein weiterer Schwerpunkt ist der praktische Einsatz generativer KI im Online-Marketing. Sie lernen, wie KI-Werkzeuge beispielsweise bei Recherche, Wettbewerbsanalyse, Strukturierung von Inhalten, Texterstellung und Anzeigenerstellung unterstützen können – und warum fachliche Kontrolle und eigene Expertise weiterhin unverzichtbar bleiben.
Im Bereich der Suchmaschinenwerbung vermitteln wir die Grundlagen von Google Ads und beschäftigen uns außerdem mit zunehmender Automatisierung und KI-Unterstützung. Dazu gehören automatisierte Gebotsstrategien, Performance-Max- und weitere KI-gestützte Kampagnenformen sowie neue Entwicklungen rund um Werbung in generativen Such- und Dialogsystemen. Soweit zum Zeitpunkt des Seminars sinnvoll und verfügbar, werden aktuelle Entwicklungen praktisch demonstriert.
Seminarziel ist, dass Sie auf Grundlage fundierter Analysen – beispielsweise mit Matomo, Google Analytics und der Google Search Console – Online-Marketingmaßnahmen im SEO- und SEA-Bereich selbständig konzipieren, umsetzen und bewerten können. Gleichzeitig sollen Sie in der Lage sein, als kompetente Ansprechpartnerin bzw. kompetenter Ansprechpartner mit Online-Agenturen und anderen Dienstleistern auf Augenhöhe zu kommunizieren.
Inhalte:

Grundlagen und Webanalyse
- Grundlagen zur Konzeption messbarer Ziele von Websites
- Einführung in die Webanalyse anhand von Matomo und Google Analytics unter Beachtung des rechtlichen Rahmens
- wichtige Kennzahlen und Möglichkeiten der Erfolgsmessung
- Grundlagen der Conversion-Messung

Einführung in die Suchmaschinenoptimierung
- Funktionsweise von Suchmaschinen
- wichtige Ranking- und Qualitätsindikatoren
- Status der eigenen Website / Standortbestimmung
- Einführung in die Google Search Console
- Keywords, Suchintentionen und Nutzerbedürfnisse

Onpage-Optimierung
- technische Grundlagen
- Title und Meta-Description
- Websitestruktur und interne Verlinkung
- Überschriften- und Textstruktur
- Recherche relevanter Keywordphrasen, z. B. mit dem Google Ads Keyword-Planer
- Wettbewerbsanalyse mit geeigneten SEO-Tools
- Text- und Themenanalyse sowie Möglichkeiten und Grenzen kennzahlenbasierter Textoptimierung
- Konzeption und Erstellung suchmaschinenoptimierter Inhalte
- Einsatz generativer KI bei Recherche, Strukturierung und Textarbeit

SEO im Zeitalter generativer KI – GEO und AEO
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten von klassischer SEO, GEO und AEO
- Wie KI-gestützte Such- und Antwortsysteme Informationen aus Websites verwenden
- Bedeutung klarer, strukturierter und fachlich belastbarer Inhalte

- Beantwortung typischer Nutzer- und Kundenfragen
- strukturierte Daten nach schema.org
- technische Auffindbarkeit von Inhalten
- Bedeutung konsistenter Unternehmens- und Standortinformationen
- Möglichkeiten zur Beobachtung von Erwähnungen und Verweisen in KI-Systemen
- kritische Einordnung aktueller GEO- und AEO-Empfehlungen

Lokale Suchmaschinenoptimierung
- Einrichtung und Optimierung des Google Unternehmensprofils
- Bedeutung von Bing Places und weiteren Unternehmensverzeichnissen
- einheitliche und aktuelle Unternehmensinformationen
- Bewertungen und lokale Sichtbarkeit

Offpage-Optimierung
- Grundlagen und Bewertung von Backlinks
- sinnvolle Linkbuildingstrategien
- Erwähnungen und Empfehlungen auf externen Websites
- Bedeutung von Social Media und weiteren Online-Plattformen

Generative KI im Online-Marketing
- Grundlagen des Promptings
- Recherche und Ideengenerierung
- Unterstützung bei Wettbewerbs- und Zielgruppenanalysen
- Strukturierung und Optimierung von Texten
- Unterstützung bei der Erstellung von Anzeigen
- Qualitätskontrolle von KI-Ergebnissen
- fachliche, praktische und rechtliche Grenzen des KI-Einsatzes

Google Ads und Suchmaschinenwerbung
- Einführung in Google Ads und wichtige Kampagnentypen
- Suchnetzwerk
- Displaynetzwerk
- Remarketing
- Performance-Max- und weitere automatisierte Kampagnenformen
- Voraussetzungen und Komponenten einer Google-Ads-Kampagne
- Budgetplanung
- Keywordtargeting und Suchbegriffe
- Anzeigenstrategien und Anzeigenerstellung
- automatisierte Gebotsstrategien
- sinnvolle Kampagnen- und Anzeigengruppenstrukturen
- Anzeigenelemente wie Sitelinks, Zusatzinformationen, Snippets und Anruferweiterungen
- Conversion-Messung und Erfolgskontrolle

KI und aktuelle Entwicklungen in der Online-Werbung
- Einsatz künstlicher Intelligenz innerhalb von Google Ads
- automatisiertes Targeting und Gebotsmanagement
- KI-gestützte Erstellung und Optimierung von Werbemitteln
- Chancen und Grenzen zunehmender Automatisierung
- Steuerbarkeit, Transparenz und Erfolgsmessung
- Werbung im Umfeld generativer Such- und Antwortsysteme
- aktuelle Entwicklungen bei Werbung in KI-gestützten Dialogsystemen
- soweit zum Seminarzeitpunkt verfügbar: praktische Demonstration neuer Werbeformen

Voraussetzungen:
- Internetgrundkenntnisse.

Von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich sind:
- Zugang zu einer bestehenden Website bzw. zum verwendeten Content-Management-System (CMS)
- Zugang zu eventuell bereits eingerichteten Anwendungen wie Google Analytics, Google Search Console oder Google Unternehmensprofil
- gegebenenfalls Zugang zu einem bestehenden Google-Ads-Konto

Falls vorhanden, können Sie gerne eigenes Bild- und Textmaterial sowie Informationen zu Ihrer Website mitbringen. Um den Einsatz unterstützender Analyse- und SEO-Tools vorzubereiten, teilen Sie bitte bis spätestens eine Woche vor Seminarbeginn Ihre eventuell bereits vorhandene Webadresse mit. Der konkrete Einsatz einzelner Werkzeuge richtet sich nach den zum Seminarzeitpunkt verfügbaren kostenlosen bzw. Demo-Angeboten.
Für einzelne praktische Übungen ist ein entsprechender Zugang zur eigenen Website bzw. zum CMS von Vorteil. Welche Eingriffsmöglichkeiten bestehen, hängt vom jeweils verwendeten System und den vorhandenen Benutzerrechten ab.

BYOD
Dies ist ein Kurs, der nach dem BYOD (Bring your own device) Konzept durchgeführt wird. Heißt:Sie müssen Ihr Laptop mitbringen. Gutes WLAN, ein großer Monitor als Zweitbildschirm und viele Varianten an Adaptern zum Anschluss Ihres Laptops an den Monitor sind vor Ort. Denken Sie bitte auch an das Ladekabel Ihres Laptops. Eine Woche vor dem Kurs erhalten Sie von der VHS nähere Informationen.

Die Kölner Volkshochschule ist eine anerkannte Einrichtung der Arbeitnehmerweiterbildung gemäß § 10 AWbG NRW. Dieses Seminar entspricht den Anforderungen gemäß § 9 AWbG und gilt damit als anerkannte Bildungsveranstaltung.

Kurstermine

Datum	Uhrzeit	Ort
26.04.2027	09:00 - 16:30 Uhr	VHS im Komed, Raum U2
27.04.2027	09:00 - 16:30 Uhr	VHS im Komed, Raum U2
28.04.2027	09:00 - 16:30 Uhr	VHS im Komed, Raum U2

zur Kursdetail-Seite