



SEO-Manager: Aufgaben, Gehalt, Fähigkeiten in einer KI-Welt

Autor: Alexander Rus | Position: Founder, CEO | Zuletzt aktualisiert: 29. September 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/seo-manager/>

Künstliche Intelligenz (KI) wird SEO **von Grund auf verändern**, so viel ist klar. Und jeder, der bereits SEO-Manager ist oder sein will, sollte sich auf diese Zukunft vorbereiten.

Dieser Ratgeber hilft euch dabei, egal, ob ihr beim Thema SEO alte Hasen oder noch grün hinter den Ohren seid.

Für Neulinge beantworten wir hier grundlegende Fragen, wie z. B.

- ✔ Was ist ein SEO-Manager?
- ✔ Was macht ein SEO-Manager?
- ✔ Wie viel verdient ein SEO-Manager?

Und für alle, die bereits SEO-Manager sind:

Wir entwerfen in diesem Ratgeber einen klaren Fahrplan, der dir hilft, die **Vorteile der neuesten KI-Entwicklungen** zu nutzen und dich als SEO-Manager erfolgreich zu positionieren.

Du erfährst, welche grundlegenden Veränderungen KI und SGE mit sich bringen und wie du diese als Chance nutzen kannst. Mit unseren **praktischen Tipps und tiefen Einblicken** rüsten wir dich mit den wesentlichen Fähigkeiten und Strategien aus, mit denen du in dieser sich verändernden Landschaft glänzen kannst.

Mach dich bereit, dein Old-School-SEO-Denken zu überwinden und in einer KI- und SGE-Welt aufzublühen!

Definition: Was ist ein SEO-Manager?

SEO-Manager sind Experten für **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der Steigerung der Sichtbarkeit von Websites in den organischen Suchergebnissen (SERPs) von Suchmaschinen wie Google.

SEO-Manager haben das Ziel, den **unternehmensrelevanten Traffic** auf einer Website zu steigern, indem sie das Ranking der Website in den SERPs verbessern.



Sie arbeiten eng mit anderen Teams wie **dem Content-Team, dem Entwicklerteam und dem Marketingteam** zusammen, um die bestmöglichen [SEO-Strategien](#) zu entwickeln und umzusetzen.

Ein SEO-Manager verfügt idealerweise über ein tiefes Verständnis für die **Funktionsweise von Suchmaschinen**, für **Marketing** und dafür, wie **unterschiedliche Geschäftsmodelle** von der organischen Suche profitieren können.

Zu den Aufgaben von SEO-Managern gehören unter anderem:

- ✔ die Optimierung einzelner Seiten
- ✔ die technische Optimierung der Website
- ✔ die Verbesserung der [internen Verlinkung](#)
- ✔ die Entwicklung von [Content-Strategien](#)
- ✔ die Identifizierung von Linkbuilding-Möglichkeiten
- ✔ die Durchführung von Wettbewerbsanalysen
- ✔ die Überwachung von [Trends](#) und Entwicklungen in der SEO-Branche.

Sie sind außerdem verantwortlich für die Erstellung von Berichten und die **Kommunikation von SEO-Ergebnissen** an relevante Stakeholder im Unternehmen.

Im folgenden Abschnitt sehen wir uns noch genauer an, was genau die Aufgaben eines SEO-Managers sind.

Aufgaben: Was macht ein SEO-Manager?

Als SEO-Manager trägst du die Verantwortung dafür, die Sichtbarkeit einer Website in den Suchmaschinen zu **behalten, zu verbessern** und den organischen **unternehmensrelevanten Traffic zu steigern**. Dabei führst du eine Vielzahl von Aufgaben aus, um die Leistung der Website zu optimieren.

Hier sind einige der Hauptaufgaben, die ein SEO-Manager typischerweise durchführt:

Keyword-Management

Das Keyword-Management ist ein wesentlicher Bestandteil der Arbeit eines SEO-Managers. Du identifizierst **relevante Nachfrage** und **dazu passende [Keywords](#)**, die für die Ziele eines spezifischen Unternehmens von Bedeutung sind.

Basierend darauf entwickelst du anschließend Strategien, um **Einstiegspunkte für die Suchbegriffe** zu entwickeln. Du analysierst die Wettbewerbslandschaft, recherchierst die lukrativsten Keywords und passt die Ausrichtung der Website, des digitalen Abbilds der Marke, entsprechend an.

Alles, was du über [Keyword-Recherche](#) und -Management wissen musst, lernst du in unserem ausführlichen Ratgeber!



OnPage-Optimierung

SEO-Manager optimieren den Inhalt und die Struktur der Website, um sicherzustellen, dass sie für Suchmaschinen gut zugänglich ist. Dazu gehören:

- ✔ die Optimierung von **Meta-Tags**
- ✔ die Optimierung von **Überschriften**
- ✔ Verwendung von **relevanten Keywords im Inhalt**.

Unser Ratgeber zum Thema verrät dir, was du über [OnPage-Optimierung](#) wissen musst!

Technische Optimierung

SEO-Manager stellen sicher, dass die Website technisch **einwandfrei funktioniert** und dass Suchmaschinen sie richtig indexieren können. Um das zu erreichen, ...

- ✔ überprüfen und optimieren sie die **XML-Sitemap**,
- ✔ beheben **Broken Links**,
- ✔ verbessern die **Seitenladegeschwindigkeit**
- ✔ und implementieren **Schema-Markup**.

Und wenn du noch mehr über [technische SEO](#) lernen willst, sieh dir unseren Ratgeber an!

Linkbuilding

Der SEO-Manager identifiziert Möglichkeiten zum Aufbau hochwertiger **Backlinks**, um das Ranking der Website zu verbessern. Sie führen Outreach-Aktivitäten durch, um Links von **relevanten und autoritativen Websites** zu erhalten und überwachen die **Qualität der eingehenden Links**.

Wenn du mehr wissen möchtest, lies dir unsere Anleitung zum Aufbau von [Backlinks](#) durch!

Content-Strategie

Der SEO-Manager entwickelt eine **Content-Strategie**, um **hochwertigen und relevanten Content** zu erstellen, der sowohl für Suchmaschinen als auch für Benutzer*innen attraktiv ist und den Unternehmenszielen dient.

Sie identifizieren Themen und Trends, die **für die Zielgruppe relevant** sind, identifizieren die **Suchintention** und erstellen Inhalte, die diese Bedürfnisse ansprechen.

Du willst wissen, wie genau das geht? Dann schau dir unseren Ratgeber an und lerne, wie du eine [Content-Strategie](#) erstellst!



Analyse und Reporting

SEO-Manager überwachen und analysieren kontinuierlich die Leistung von Websites. Sie verwenden Tools wie Google Analytics, um Daten über **den Traffic, das Ranking und das Benutzerverhalten** zu sammeln.

Auf Basis dieser Daten erstellen sie Berichte und leiten **Empfehlungen** ab, um die SEO-Strategie kontinuierlich zu verbessern.

Auf dem Laufenden bleiben

SEO-Manager müssen stets auf **dem neuesten Stand der Entwicklungen** in der SEO-Branche bleiben.

Sie verfolgen SEO-Trends, Updates von Suchmaschinen-Algorithmen und neue Technologien, die sich auf die Suchmaschinenoptimierung auswirken können. Sie **passen ihre Strategien entsprechend an**, um sicherzustellen, dass die Website im Wettbewerbsumfeld erfolgreich ist.

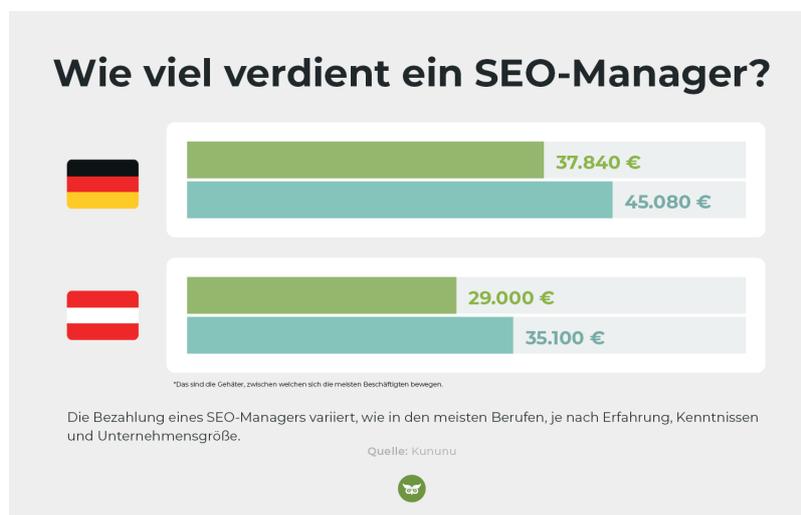
Zum Abschluss dieses Kapitels noch ein inspirierendes Zitat:

„An SEO needs to look at all the other channels employing a sound marketing strategy in order to persuade Google’s AI essentially that this domain or brand is of significance and authority.“

Dan Petrovic, DEJAN SEO, 2018

Gehalt: Wie viel verdient ein SEO-Manager?

Laut Kununu verdienen SEO-Manager in Deutschland zwischen **37.840 € und 45.080 €** und in Österreich zwischen **29.000 € und 35.100 €** brutto in Vollzeit.





In einer KI- und SGE-Welt können sich jedoch neue Möglichkeiten eröffnen, die das Einkommenspotenzial beeinflussen.

Mit dem steigenden Einfluss von KI, vor allem **generativer KI-Technologie** auf das SEO-Feld, wird das Wissen um SEO und KI immer wertvoller.

Unternehmen benötigen Fachleute, die in der Lage sind, die **Auswirkungen der KI** auf die Suchmaschinenoptimierung zu verstehen und Strategien zu entwickeln, um in diesem Umfeld erfolgreich zu sein.

Dieses **zusätzliche Fachwissen** und die Komplexität einer SEO-Landschaft, **die sich ständig weiterentwickelt**, können sich auf die Gehälter von SEO-Managern auswirken.

Unternehmen könnten bereit sein, höhere Gehälter zu zahlen, um Fachkräfte mit einem **tiefen Verständnis von KI und SEO** einzustellen und ihre Sichtbarkeit in einer generativen KI-Welt zu maximieren.

Es wird empfohlen, aktuelle Gehaltsdaten für SEO-Manager **in deiner Region und Branche** zu recherchieren, um eine realistische Vorstellung von den Verdienstmöglichkeiten zu erhalten.

Generell lässt sich sagen, dass SEO-Manager in einer KI- und SGE-Welt gute Verdienstmöglichkeiten haben können, insbesondere wenn sie über **spezialisiertes Wissen und Erfahrung** verfügen, um den Herausforderungen dieser neuen Ära gerecht zu werden.

10 wichtige Punkte für SEO-Manager in einer KI- und SGE-Welt

Zunächst ist es wichtig, eine Reihe von Tatsachen zu berücksichtigen, die in der Welt von künstlicher Intelligenz (KI) und der [Search Generative Experience](#) (SGE) gelten:

1. Generative KI ist kein Wettbewerbsvorteil

Auf welche Daten du die KI anwendest, ist der Moat. Jedes richtig große Tech-Unternehmen hat ein Sprachmodell, aber Google hat mehr Daten als alle anderen.

2. Bereite dich auf weniger, aber qualifizierteren Traffic vor

Mit der Implementierung von SGE werden wahrscheinlich weniger, aber dafür qualifiziertere Besucher*innen auf deiner Seite landen.



3. Die organische Suche bleibt der größte Kanal

Selbst, wenn du vorwiegend informativen Content im oberen Teil des Sales-Funnels produzierst und möglicherweise 50 % deines Traffics verlierst, bleibt die organische Suche der wichtigste Kanal.

4. Ranking-Systeme und menschliche Inhalte sind das Fundament für generative KI

Auch in der SGE-Welt basieren viele Aspekte auf altbekannten Rankingfaktoren.

5. Optimierung bleibt möglich

Solange es die organische Suche und einen Algorithmus gibt, kann man für Unternehmen und Marken optimieren.

6. Reverse Engineering ist möglich

Es wird möglich sein, die Faktoren zu verstehen, die erforderlich sind, um in Googles AI Snapshots aufzuscheinen.

7. Komplexe Suchanfragen sind weniger von generativer KI betroffen

Je komplexer die Suchanfragen sind, die du bedienst, desto weniger Einfluss wird generative KI auf dich haben.

[ToFu-Content](#) ist weit mehr gefährdet als [MoFu- und BoFu-Content](#).

8. SEO wird noch komplexer

Die Notwendigkeit, sich in immer mehr Details einzuarbeiten und eine Vielzahl von Projekten strategisch zu verstehen, macht SEO noch komplexer und schwieriger, inhouse zu handhaben.

9. Es gibt zu wenig SEOs und Online-Marketer mit ausreichendem SEO- und KI-Wissen

Mit dem zunehmenden Einfluss von KI auf SEO wird das Wissen um SEO und KI immer wichtiger.

10. Repetitive, einfache Aufgaben werden automatisiert

Alles, was repetitiv ist und kein Denken oder Verstehen erfordert, wird von automatisierten Systemen übernommen. „*Werde ein Stratege, oder stirb*“ ist die neue Devise für SEO-Manager.

Mehr über die Mindsets, mit denen du auch in einer KI-Zukunft erfolgreich sein wirst, lernst du in diesem Video:

<https://youtu.be/4M0RMB4iIKk>



Wichtige Fähigkeiten von SEO-Managern in einer KI- und SGE-Welt

Die digitale Landschaft entwickelt sich ständig weiter, und als SEO-Manager musst du dich **auf dem Laufenden halten**, um in einer KI- und SGE-Welt erfolgreich zu sein.

Die Anpassung an diese neuen Technologien erfordert spezifische Fähigkeiten, um den sich **verändernden Anforderungen** gerecht zu werden.

Hier sind sieben überlebenswichtige Fähigkeiten, die du als SEO-Manager entwickeln solltest:



1. Veränderungsmanagement (Change Management)

Die Implementierung von KI und SGE erfolgt schrittweise. Unternehmen werden sich anpassen müssen, um die Veränderungen in der digitalen Landschaft zu bewältigen. Als SEO-Manager ist es wichtig, ein Verständnis für **unterschiedliche Geschäftsmodelle** zu haben und zu wissen, wie SEO diesen Modellen zugutekommen kann.

Du musst in der Lage sein, die **neue Situation zu nutzen**, um Mehrwert für das Unternehmen zu schaffen und Verluste zu minimieren.

2. Generative künstliche Intelligenz (KI) verstehen

Generative KI ist ein wachsender Bereich, der die **Erstellung von Inhalten und Marketingstrategien** revolutioniert. Als SEO-Manager solltest du verstehen, wie generative KI funktioniert und wie du sie effektiv einsetzen kannst.

Werde zum „[Prompt Engineer](#)“ und beschäftige dich intensiv mit der **Entwicklung von Prompts**, um optimale Ergebnisse zu erzielen.



3. Kommunikation und Erklärungsfähigkeit

SEO-Manager müssen nicht nur wissen, was zu tun ist, sondern auch in der Lage sein, ihre Strategien und Pläne **verständlich zu kommunizieren**. Oft scheitert SEO daran, dass die Bedeutung und der Wert von SEO nicht richtig vermittelt werden können.

Ein guter SEO-Manager kann eine [SEO-Strategie](#) präsentieren, die für **alle Hierarchieebenen im Unternehmen** verständlich und vertretbar ist.

4. Unternehmerisches Denken

SEO ist nicht nur eine isolierte Tätigkeit, sondern ein Skill, der mit unternehmerischem Denken einhergeht. Ein SEO-Manager sollte in der Lage sein, **Content-Investitionen zu bewerten** und zu entscheiden, welche sich lohnen und welche nicht.

Das Verständnis von Geschäftsmodellen und die **Positionierung in Bezug auf Suchmuster und Zielgruppen** sind entscheidend, um relevanten [Traffic zu generieren](#).

5. Datenanalyse und Reporting

In einer SGE-Welt werden **Analysen und Reporting** komplexer. Als SEO-Manager musst du verstehen, wie sich Keywords verändern und dass **Suchintentionen und Kundenreisen** eine immer größere Rolle spielen.

Du musst mit den neuesten Tools und Techniken vertraut sein, **um Daten zu analysieren** und fundierte Entscheidungen zu treffen.

6. Marketing, Nutzerzentrierung und Psychologie

SEO ist nicht mehr auf Keyword-Optimierung beschränkt. Als SEO-Manager musst du verstehen, **was Nutzer*innen wollen und warum sie es wollen**. Ein breites Wissen über Marketing, Nutzerzentrierung und Psychologie ist entscheidend, um Verhaltensflüsse zu lenken und effektive Kundenreisen zu gestalten.

Werde zu einem guten Vermarkter und entwickle eine **ganzheitliche Sichtweise** auf SEO.

7. Strategische SEO

Die Zeiten der traditionellen SEO sind vorbei. SEO-Manager müssen einen strategischen Ansatz verfolgen, der auf ersten Prinzipien basiert. Es geht nicht mehr nur um oberflächliche Optimierungen, sondern um die Entwicklung einer umfassenden Strategie, die das **Geschäftsmodell, die Marke und die Ziele des Unternehmens** berücksichtigt.



Ein tieferes Verständnis von strategischer SEO ist unerlässlich, um nachhaltigen Erfolg zu erzielen.

Was sind diese „ersten Prinzipien“? Das erkläre ich in diesem Video: <https://youtu.be/wM88VcjCXbo>

In einer KI- und SGE-Welt müssen SEO-Manager ihre **Fähigkeiten erweitern** und sich neuen Herausforderungen stellen.

Die Anpassung an die sich ändernde Landschaft erfordert **Flexibilität, Wissen und strategisches Denken**. Indem du diese sieben Fähigkeiten entwickelst, kannst du als SEO-Manager in dieser neuen Ära erfolgreich sein und den Mehrwert von SEO in einer KI- und SGE-Welt maximieren.

Neue Ziele für SEO-Manager in einer KI- und SGE-Welt

In dieser neuen Ära stehen SEO-Manager **vor neuen Herausforderungen** und müssen ihre Ziele entsprechend anpassen. Hier sind einige wichtige Ziele für SEO-Manager in einer KI- und SGE-Welt:

Die Quelle für das Modell werden

Eine der neuen Prioritäten für SEO-Manager ist es, zur **Quelle des Modells für ihre spezifische Domäne** zu werden.

Dies bedeutet, dass sie **das Sprachmodell verstehen und analysieren** müssen, um beispielsweise zu verstehen, warum bestimmte Ergebnisse im AI Snapshot angezeigt werden. Durch Reverse Engineering können sie Strategien entwickeln, um in den generierten Ausgaben aufzuscheinen und ihre Websites dort sichtbar zu machen.

Verteidigung gegen die Konkurrenz und generative KI

SEO-Manager müssen bei jedem ihrer SEO-Ansätze berücksichtigen, wie sie sich **gegen die Konkurrenz und generative KI** verteidigen können.

Die Strategie hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie der Markenstärke, der Autorität und der Positionierung im Wettbewerbsumfeld. Es ist wichtig, eine Verteidigungsstrategie zu entwickeln, die darauf abzielt, **unternehmensrelevante Sichtbarkeit** zu generieren und zu behalten.

Willst du selbst KI-Content einsetzen, um deiner Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein? Dann lies unseren Ratgeber „[KI-Texte schreiben](#)“!



Aufbau eines Content-Marketing-Ökosystems

In einer KI- und SGE-Welt reicht es nicht mehr aus, sich ausschließlich auf SEO zu konzentrieren.

SEO-Manager sollten Unternehmen helfen, ein Content-Marketing-Ökosystem aufzubauen, das darauf abzielt, **möglichst viele Kontaktpunkte mit dem Zielpublikum** aufzubauen.

Indem sie andere Kanäle und Inhalte nutzen, können sie Einstiegspunkte entlang der Kundenreise schaffen und wertvolle Aufmerksamkeit von **Influencern, Presse, Medien und Nischenautoritäten** gewinnen.

Digitale PR und Markenbekanntheit

Ein weiteres wichtiges Ziel für SEO-Manager ist es, ein Marketingkonzept zu entwickeln, das digitale PR umfasst. Durch den Aufbau von **Markenbekanntheit, Verweisen, Erwähnungen und Bewertungen** können sie kontinuierlich die Sichtbarkeit und den Ruf der Marke verbessern.

Bewertungen und Erwähnungen von verschiedenen Quellen im Internet können dazu beitragen, dass die Marke **als relevante und autoritative Quelle wahrgenommen** wird.

Berücksichtigung des Gesamtkonzepts des Unternehmens

SEO-Manager müssen das **Gesamtkonzept des Unternehmens** berücksichtigen, für das sie arbeiten, und eine solide Marketingstrategie anwenden, um die KI von Google davon zu überzeugen, dass die Marke relevant und autoritativ ist.

Die Ausrichtung der SEO-Strategie sollte darauf abzielen, die Marke als eine **vertrauenswürdige Quelle** in der generativen KI zu etablieren. Es ist wichtig zu beachten, dass sich die SEO-Landschaft weiterentwickelt und es möglicherweise weitere Ziele gibt, die von den **individuellen Anforderungen und Zielen jedes Unternehmens** abhängen.

Dennoch bieten die oben genannten Ziele eine **grundlegende Ausrichtung für SEO-Manager**, um in einer KI- und SGE-Welt erfolgreich zu sein.

In einer Zeit des **Übergangs von Suchmaschinen zu Antwortmaschinen** ist es unerlässlich, die Bedeutung von SEO zu erkennen und die entsprechenden Maßnahmen zu ergreifen, um auch in einer KI- und SGE-Welt erfolgreich zu sein.



Fazit: Überleben und aufblühen!

Die **KI- und SGE-getriebene Zukunft der SEO-Welt** bringt neue Herausforderungen und Chancen. SEO-Manager müssen sich anpassen und die sich wandelnde Landschaft als Gelegenheit zur Weiterentwicklung nutzen.

Dies erfordert ein **umfassendes Verständnis für KI und SGE** sowie die Fähigkeit, **innovative und effektive Strategien** zu entwickeln.

Es gilt, weniger, aber **qualifizierteren Traffic** zu erwarten, die organische Suche zu priorisieren und die zunehmende Komplexität der SEO zu bewältigen.

Neben der **Anpassung an neue Technologien und Trends** wird die Entwicklung von Fähigkeiten wie Veränderungsmanagement, Nutzung von generativer KI, Kommunikation, unternehmerischem Denken und Datenanalyse entscheidend sein.

In dieser neuen Ära können SEO-Manager, die bereit sind, sich diesen Herausforderungen zu stellen und sich stetig weiterzuentwickeln, **signifikante berufliche und finanzielle Vorteile** erwarten. Nutze diesen Wandel als Chance für dein berufliches Wachstum!