



Lernzielkatalog – BVDW Certified Professional: SEO

Stand: Juni 2025

1. Einleitung & Zielsetzung

Dieser Lernzielkatalog definiert die Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen, die für den Erwerb des Zertifikats "BVDW Certified Professional: SEO" nachgewiesen werden müssen. Er dient als unverbindliche Grundlage für die Prüfungsinhalte und zur Vorbereitung.

Das Zertifikat bestätigt Expertise im Bereich Suchmaschinenoptimierung (SEO) auf dem Niveau eines SEO-Junior-Managers gemäß dem hohen Qualitätsstandard des BVDW. Die Inhalte wurden von führenden Fachexperten der BVDW Fokusgruppe Search entwickelt und spiegeln die aktuellen Anforderungen der digitalen Wirtschaft wider.

Zielgruppe: SEO (Junior) Manager, Online Marketing Manager mit SEO-Verantwortung, Content Manager, Webmaster, Berater, Agentur-Mitarbeiter und Quereinsteiger mit ersten praktischen SEO-Erfahrungen.

2. Prüfungsmodalitäten (Übersicht)

- Format: Multiple-Choice-Fragen
- Anzahl Fragen: 60
- Dauer: 60 Minuten
- Bestehensgrenze: 80% korrekte Antworten (48 von 60 Fragen)
- Durchführung: Online, jederzeit startbar nach Buchung (innerhalb von 2 Wochen)

3. Empfohlene Grundlagenliteratur

Zur Vertiefung der Themen und als Basis für die Prüfungsinhalte werden folgende gedruckte Werke empfohlen:

- Sebastian Erlhofer: Suchmaschinen-Optimierung. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn, aktualisierte Auflage 2023
- Julian Dziki: Suchmaschinen-Optimierung für Dummies. Wiley-VCH, Weinheim, 2021



4. Haupt-Themenbereiche & Detaillierte Lernziele

(1) Arbeitsweise einer Suchmaschine

- Du kannst die grundlegenden Prozesse einer Suchmaschine (Crawling, Indexierung, Ranking) erklären.
- Du verstehst das Konzept "Mobile First" und seine Bedeutung.
- Du kennst die Funktion von Crawlern, User-Agents und Rendering im SEO-Kontext.
- Du kannst die Konzepte Rel-Canonical und Duplicate Content erläutern und Lösungen dafür benennen.
- Du verstehst Konzepte wie PageRank (inkl. Reasonable Surfer Modell), Linkbuilding-Grundlagen und manuelle Maßnahmen durch Google.
- Du kennst die Bedeutung von User Signals (z.B. Short Clicks) und die Rolle der Quality Rater Guidelines.
- Du bist vertraut mit wichtigen Google-Updates (Panda, Penguin) und Konzepten wie RankBrain.
- Du kannst grundlegende technische Aspekte wie IPv4/IPv6 und DNS-Server im Kontext von SEO einordnen.

(2) Aufbau SERP und Suchintentionen

- Du kannst verschiedene Suchintentionen (Informational, Navigational, Transactional) identifizieren und ihre Bedeutung für die Content-Erstellung und Keyword-Strategie ableiten.
- Du kennst den Aufbau von Google Suchergebnisseiten (SERPs) und die verschiedenen Elemente (organische Ergebnisse, Snippets, Anzeigen, Universal Search, Onebox, Knowledge Graph etc.).
- Du verstehst die Funktion von Title-Tags und Meta Descriptions für das Snippet.
- Du kennst die Grundlagen von Rich Snippets und strukturierten Daten (Schema.org) zur Anreicherung von Suchergebnissen (z.B. Breadcrumbs, Sitelinks).
- Du beherrschst die Grundlagen der Keyword-Recherche (Shorthead vs. Longtail, Suchvolumen).
- Du kennst die Bedeutung von Local SEO.
- Du kannst wichtige Google Suchoperatoren zur Recherche nutzen.
- Du bist vertraut mit der Google Search Console als wichtigstem Analyse-Tool.



(3) Onpage (bezogen auf einzelne URLs)

- Du kennst die wichtigsten Meta-Tags (Description, Keywords, Robots: index/noindex, follow/nofollow etc.) und kannst sie korrekt anwenden.
- Du verstehst die Funktion des Canonical Tags zur Vermeidung von Duplicate Content.
- Du kennst die Grundlagen des Open Graph Protocols und der Twitter Cards für die Optimierung von Social Shares.
- Du verstehst die Implementierung strukturierter Daten (Schema.org mittels JSON+LD) für gängige Inhaltstypen.
- Du kannst die Bedeutung von JavaScript für die Indexierbarkeit von Inhalten einschätzen.
- Du kennst die Best Practices für semantisch korrekte Überschriftenstrukturen (H-Tags) und die Verwendung von Alt-Attributen für Bilder.
- Du verstehst die Bedeutung optimierter interner Linktexte.

(4) Onsite (Domain-Architektur)

- Du kennst die Prinzipien von Responsive Webdesign und Mobile SEO.
- Du kennst die wichtigsten HTTP-Status Codes (200, 301, 302, 404, 410, 503) und ihre SEO-Relevanz.
- Du verstehst grundlegende Konzepte der Ladezeitoptimierung (z.B. Caching, Bildkomprimierung, HTTP/2).
- Du verstehst die Bedeutung des Crawling Budgets und wie es mittels robots.txt (Disallow) und XML-Sitemaps gesteuert werden kann.
- Du kennst die Funktion von Logfiles und der .htaccess-Datei.
- Du kannst die Wichtigkeit einer sinnvollen internen Verlinkung und einer flachen Klickpfadlänge beurteilen.
- Du verstehst die Problematik und Lösungsansätze für Duplicate Content auf Domain-Ebene (z.B. Canonical Tags, Parameter Handling).
- Du kennst die Grundlagen der hreflang-Implementierung für internationale Websites.



(5) Content

- Du verstehst die Bedeutung von hochwertigem Content für SEO.
- Du kennst Konzepte zur Textanalyse (z.B. Keyword-Density, WDF*IDF) und kannst deren Aussagekraft einschätzen.
- Du kennst die Grundlagen der Bilder-SEO.
- Du kannst Duplicate Content bei Texten erkennen und vermeiden.
- Du verstehst die Unterscheidung von Main Content und Supplementary Content sowie die Problematik von Hidden Content.
- Du verstehst die Grundprinzipien des Content Marketings im SEO-Kontext.

(6) Backlinks/Offpage

- Du verstehst die Bedeutung von Backlinks für SEO und kennst Metriken zur Bewertung von Linkpopularität (z.B. Domain-, IP-, Class-C-Popularität).
- Du kennst die Link-Attribute follow und nofollow und deren strategischen Einsatz.
- Du kannst verschiedene Linktext-Arten unterscheiden.
- Du kennst Methoden zur Identifizierung von Broken Links und zur Durchführung grundlegender Backlinkchecks.
- Du kannst unnatürliche Links erkennen und kennst das Disavow Tool als Maßnahme zum Linkabbau.
- Du verstehst die Grundidee der Linkjuice-Verteilung.
- Du kannst die Qualität von Backlinks bewerten und ein grundlegendes Linkaudit durchführen.
- Du kennst verschiedene Linkbuilding-Taktiken und kannst deren Chancen und Risiken einschätzen (z.B. Gastbeiträge, Verzeichnisse vs. Linkkauf).

(7) Tools und Kennzahlen

- Du kennst die wichtigsten Kennzahlen aus der Google Search Console (Impressions, Klicks, CTR, Position) und kannst sie interpretieren.
- Du bist vertraut mit gängigen SEO-Tools und deren Anwendungsbereichen (z.B. für Keyword-Recherche, Rank Tracking, Backlink-Analyse, technische Audits).
- Du verstehst grundlegende Performance-Marketing-Metriken wie CPA/CPC im Kontext von SEO.



(8) Andere Online Marketingkanäle

- Du verstehst die Zusammenhänge und Abgrenzungen zwischen SEO und anderen Kanälen wie Google Ads (SEA) und Social Media Marketing.

(9) Rechtliches und Ethik

- Du kannst zwischen Whitehat und Blackhat SEO unterscheiden und kennst Beispiele für unerwünschte Techniken (z.B. Cloaking).
- Du bist Dir grundlegender rechtlicher Rahmenbedingungen im Online Marketing bewusst.

(10) Vertikales SEO

- Du kennst die Bedeutung spezieller Suchmaschinen (Bilder, Video, News) und grundlegende Optimierungsansätze dafür.