

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Wie man bei Google und Co. in den Suchergebnissen möglichst weit oben landet.

■ Fakten

- 1. Spider, Robots, Crawler**
Suchmaschinenbetreiber durchsuchen mit Suchprogrammen das weltweite Netz ständig nach neuen oder aktualisierten Informationen. Sie sammeln diese Informationen in einem Index.
- 2. Bewertungskriterien**
Die Betreiber von Suchmaschinen bewerten Informationen nach eigenen Kriterien. Diese Wertigkeit bestimmt die Rangfolge in der Ergebnisliste einer Suchanfrage.
- 3. Geheimnis**
Die Bewertungskriterien der Suchmaschinen sind für Website-Betreiber nicht vollständig zugänglich.
- 4. Ohne Garantie**
Eine dauerhafte Garantie für eine bessere Platzierung in Ergebnislisten von Suchanfragen gibt es nicht - egal welche Maßnahmen ergriffen werden.
- 5. Ständig neue Kriterien**
Die technischen Grundlagen für Suchmaschinenoptimierung ändern sich ständig.
- 6. Hoher Aufwand**
Suchmaschinenoptimierung ist für den Website-Inhaber mit Zeit- und Kostenaufwand verbunden.
- 7. Ständiger Prozess**
Suchmaschinenoptimierung ist nie abgeschlossen. Erfolge stellen sich nur mit Zeitverzögerung ein.

■ Regeln

- 1. Inhalt entscheidet**
Gut strukturierter Text mit inhaltlichem Wert ist für Besucher und Suchmaschinen das wichtigste Kriterium.
- 2. Mehrwert**
Auf Seiten, auf denen Webseitenbesucher keinen Mehrwert finden, finden auch Suchmaschinen keinen Mehrwert - entsprechend sieht das Ranking aus!
- 3. Barrierefreiheit**
Eine Suchmaschine liest eine Internetseite wie ein Blinder. Optische Spielereien sind für \Rightarrow Spider ohne Bedeutung. Eine barrierefreie Website verbessert automatisch die Bewertung einer Suchmaschine, wenn der Inhalt wertvoll ist.
- 4. Schritt für Schritt**
SEO-Maßnahmen sparsam dosieren und nach Versuch und Irrtum vorgehen. Falscher Ehrgeiz kann als \Rightarrow Spamversuch gewertet werden. Der Ausschluss aus dem Index der Suchmaschine droht!
- 5. Seitenkonzept**
Der Inhalt jeder Internetseite muss für sich stimmig sein. Schlüsselwörter (\Rightarrow Keywords) die im Kopf der Seite (in den \Rightarrow Metatags) eingegeben werden, sollten mit dem Inhalt der Seite korrespondieren.
- 6. Doppelte Seiteninhalte**
Auch identische Texte auf verschiedenen Seiten werden von Suchmaschinen als Spamversuch gewertet.
- 7. Standards einhalten**
Aktuelle, gültige Webtechnologien beim Seitenaufbau (HTML und CSS) beachten. Frames behindern den Besuch der Suchmaschinen!
- 8. Optimierung hat Vorrang**
Gestaltung, Seitenstruktur und Text müssen der Suchmaschinenoptimierung untergeordnet werden.

■ Grundlegende Tipps

- 1. Aufwand bewerten**
Suchmaschinenoptimierung ist eine Investition in Zeit und Geld. Festlegen, wieviel man in welchem Zeitraum investieren möchte (und ob sich der Aufwand irgendwann rechnet).
- 2. Zuständigkeit festlegen**
Suchmaschinenoptimierung ist zeitiintensiv und als Aufgabe nie abgeschlossen. Jemanden im Unternehmen (oder außerhalb) verpflichten, diese Arbeiten durchzuführen und zu überwachen.
- 3. Suchbegriffe festlegen**
Genau bewerten, unter welchen Begriffen das Webangebot in Ergebnislisten unbedingt oben stehen muss. Eine Prioritätenliste erarbeiten.
- 4. „Beste“ Begriffe zuerst**
Je allgemeiner ein Begriff ist, desto schwieriger wird der Optimierungsprozess. Deshalb Suchbegriffe festlegen, die die größten „Marktchancen“ haben.
- 5. Seitentitel**
Im Seitenkopf einer Internetseite wird der Titel der Seite formuliert. Dieser Titel wird im Kopfbalken des Browsers angezeigt, aber auch von den Suchmaschinen analysiert und bewertet. Seitentitel für jede Seite sorgfältig formulieren und die Title-Tags ausfüllen.
- 6. Keywords**
Schlüsselwörter für jede Seite festlegen und in die MetaTags eintragen.
- 7. ALT-Tags**
Grafiken und Bilder können in der Seitenprogrammierung mit Alternativ-Texten ausgestattet werden. ALT-Tags mit Kurzbeschreibungen füllen, die mit dem Seiteninhalt im Zusammenhang stehen.

Barrierefreiheit

Internetseiten sollen so aufgebaut sein, dass sie für Menschen mit Behinderung über Sprachausgabe oder Braille-Lesegeräte übertragen werden können.

breadcrumb-Navigation

Navigationselement auf einer Webseite, das den Pfad zur aktuell aufgerufenen Seite darstellt.

Crawler

Programme, die das Internet durchsuchen und Webseiten analysieren.

Keyword

Schlüsselwörter, die im Seitenkopf einer Internetseite eingetragen werden und die den Seiteninhalt beschreiben. Suchmaschinen beziehen Keywords in die Seitenanalyse ein. versteckte Keywords.

MetaTag

Versteckte Basisdaten zu einer Webseite: Sprache, Autor, Kurzbeschreibung, Schlüsselwörter usw.

Ranking

Position in der Ergebnisliste einer Suchmaschine.

Robots

Suchroboter, die für Suchmaschinen das Internet durchsuchen.

SEM

= search engine marketing. Alle Maßnahmen zur Gewinnung von Webseitenbesuchern: SEO, bezahlte Links, bezahlter Content usw.

Weitere Definitionen auf Seite 2

Suchmaschinenoptimierung

Seite 2

■ Vertiefende Tipps

1. Text gut strukturieren

Wichtige Textteile an den Anfang der Seite bringen, Keywords und Text aufeinander abstimmen.

2. Saubere Seitenstruktur

Die Struktur aller Seiten überprüfen und für logische Verknüpfung sorgen.

3. Seitenbeschreibung

Die Kurzbeschreibung der Seite erfolgt in der „description“ im Meta-Tag. Hier in einem kurzen Satz (max. 100 Zeichen) die Kernaussage der Seite formulieren.

4. Rücknavigation planen

Für Orientierung sorgen:
⇒ *Breadcrumb-Navigation* einsetzen.

5. Korrekte Bezeichnungen

Für die Seitenbestandteile sollten die verbindlichen HTML-Typen verwendet werden (title, h1, h2, p usw.).

6. Text-Links

Weiterschaltungen auf Textstellen oder andere Webseiten vorsehen.

7. Tricks und Hintertürchen

Google und Co. kennen die gängigen Hinterlisten und lernen ständig dazu. Deshalb Finger weg von ⇒ *versteckten Keywords*, ⇒ *Doorwayseiten* und anderen Suchmaschinenfängern!

8. Aktualität

Sorgen Sie für Veränderungen auf Ihren Internetseiten. Bringen Sie aktuelle Nachrichten aus dem Unternehmen oder aus Ihrem Fachbereich. Seiten, die über lange Zeit ohne Veränderungen angeboten werden, haben bei Lesern und Suchmaschinen einen geringen Stellenwert.

■ Spezielle Tipps

1. Design und Inhalt trennen

CSS ermöglichen die Trennung von Inhalt und Gestaltung.

2. Domain(s) sollte(n) passen

Domains reservieren und einsetzen, die das Keyword beinhalten.

3. Themenseiten bauen

⇒ *LandingPages* erstellen.

4. Angebot im Überblick

Eine Sitemap aufbauen.

5. Alles von A bis Z

Einen Index von A-Z mit Links auf die entsprechenden Seiten anbieten.

6. Link-Hygiene

Beim Linkbuilding genau prüfen, auf wen man verlinkt - oder wer auf das eigene Angebot verlinkt. Durch Verweise auf oder von „abgestraften“ Seiten kann man in den Verdacht von „Bad Neighbourhood“ geraten. Dieser Verdacht kann Auswirkungen auf die Bewertung der eigenen Seiten haben kann.

7. Positions-Check

Es gibt Programme, mit denen man bei Google und Co. die Bewertung und Positionierung des eigenen Webangebotes abfragen kann. Wird in zu kurzen Zeitabständen nachgefragt, sperren die Suchmaschinen die entsprechende IP-Adresse.

8. Überoptimierung

Übereifer wird bestraft. Übermäßiger Aufbau von Linkverbindungen oder ausufernder Keyword-Einsatz (Keyword-Stuffing)

9. Mininetze

Mehrere Websites unter der gleichen IP-Adresse, die untereinander verlinken, sind verdächtig. „Mininets“ verstoßen gegen Google-Richtlinien.

10. XML-Sitemap einreichen

Google bietet mit „Sitemap“ die Möglichkeit, die komplette Seitenstruktur als XML-Datei einzureichen. So soll die Erfassung schneller erfolgen.

■ Adressen, Links

1. MetaTag-Analyzer

www.seocentro.com/tools/search-engines/metatag-analyzer.html.

2. MetaTag-Definitionen

www.w3.org/tr/html4/struct/global.html#edef-meta

3. SEO-Wissen

www.mattcutts.com

4. Google-Guidelines

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>

5. Rauswurf

Die Wiederaufnahme der Website beantragt man hier: *Reinclusion Request*
<http://hubpages.com/hub/Search-Engine-Reclusion-Tips>

6. Blog zu SEO

TechDivision-Blog zu Suchmaschinenoptimierung, Google und Co.
<http://blog.techdivision.com/>

7. Google-Analyse

Google-Analytics kann mit einem persönlichen Konto bei Google aktiviert werden: www.google.de

8. Open-Source-Analyse

Das kostenlose Projekt Piwik ist eine Alternative zu Google-Analytics und läuft auf dem eigenen Server.
<http://piwik.org>

SEO

= search engine optimization. Inhalt und Struktur von Internetseiten so gestalten, dass die Site bei Suchmaschinen einen möglichst hohen Bewertungsrang erhält.

Spamversuch

Wenn in einer Website Texte massenhaft wiederholt werden, vermuten Suchmaschinenbetreiber Tricks, die zur Verbesserung des Rankings beitragen sollen. Spam kann mit dem Ausschluss aus dem Suchmaschinenindex „bestraft“ werden.

Spider

siehe Robots

versteckte Keywords

Schlüsselwörter, die auf Webseiten für den Nutzer unsichtbar hinterlegt werden – einzig mit dem Zweck, Suchmaschinen „einzufangen“. Weiße Schrift auf weißem Hintergrund wird von Google und Co. bestraft!

Weitere Definitionen auf Seite 1