

Suchmaschinenoptimierung durch den Kunden

Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (SEO) sind technische und inhaltliche Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten bei den Suchmaschinenergebnissen auf höheren Plätzen erscheinen (Ranking).

Suchmaschinenoptimierung ist Teamwork

Um eine gute Position in den Suchmaschinen zu erhalten, müssen wichtige Techniken der Suchmaschinenoptimierung angewendet werden.

Dabei liegen die Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung nicht allein in der Hand des Webdesigners, auch der Auftraggeber kann und sollte wichtige SEO-Maßnahmen beachten z.B.

- bei der Erstellung seiner Websitetexte
- bei der Wahl der Internetadresse (Domain)
- bei den Einträgen in Suchmaschinen & Webkatalogen
- beim Aufbau der Linkpopularität (externe Links auf ein Webangebot)

OnPage-SEO

nennt man Optimierungsmaßnahmen, die direkt auf Ihren Webseiten umgesetzt werden.

OffPage-SEO

bezeichnet Maßnahmen die außerhalb Ihrer Website möglich sind, wie z.B. Verlinkungen von anderen Webseiten auf Ihre Website.

OnPage – Maßnahmen

Suchmaschinen brauchen Texte

Content is King – sicher haben auch Sie diesen Satz schon öfter gehört, wenn es um Webseiten, deren Popularität und Suchmaschinenranking ging.

Nicht nur Ihre Nutzer auch Suchmaschinen erwarten von Ihnen relevante, nützliche und lesenswerte Inhalte (Content) – und zwar in Textform, denn: Suchmaschinen können nur Text lesen!

Ein großer Augenmerk für die Suchmaschinenoptimierung liegt also auf der Textoptimierung.

Keywords definieren

Das A und O der Textoptimierung bilden die Keywords (Suchwörter), unter denen Ihre Website von Besuchern bei Google & Co. gesucht werden könnten. Diese Suchbegriffe sollten Sie in Ihre Texte integrieren.

Keywordsliste

Es empfiehlt sich eine Liste mit den für Ihr Webangebot relevanten Keywords zu erstellen. Versetzen Sie sich dabei in Ihre potenziellen Besucher und formulieren sie die Keywords aus deren Sicht. Berücksichtigen Sie auch unterschiedliche Schreibweisen, Singular/Plural sowie Synonyme. Suchen Sie nicht nur nach einzelnen Keywords, sondern auch nach Wortkombinationen, bestehend aus 2-4 Begriffen, da diese bei der Internetsuche zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Denken Sie bei der Keywordsuche sowohl an Keywords, die Ihr gesamtes Angebot (die komplette Website) beschreiben als auch an spezielle Keywords, die sich auf einzelne Themenbereiche (einzelne Unterseiten) beziehen.

Hilfe bei der Suche nach geeigneten Keywords bieten Keyword-Planer wie z.B. Google AdWords Keyword Planner.

Texte formulieren

Nun formulieren Sie Ihre Website-Texte und bauen Ihre Keywords ein. Empfehlenswert ist die Abstimmung Ihrer Keywords auf den jeweiligen Inhalt Ihrer einzelnen Themen- oder Angebotsseiten. Suchen Sie deshalb je ein passendes Hauptkeyword (bestehend aus 3-4 relevanten Wörtern) und ggf. maximal 2 weitere Keywords für jede einzelne Seite heraus und integrieren Sie diese (mit Maß) in Ihren jeweiligen Seitentext. Beachten Sie auch: Je weiter vorne ein Keyword steht, umso höher wird es gewertet.

Schreiben Sie einfach und verständlich

Ihre Texte sollten leicht lesbar und verständlich sein. Lesen am Bildschirm ist mühsam und Ihre Nutzer haben wenig Zeit. Der Nutzer möchte schnell wissen, worum es bei Ihrem Angebot geht. Dabei werden Texte kaum gelesen, sondern auf relevante Informationen hin „gescannt“. Was nicht sofort erfasst werden kann, fällt durch das Wahrnehmungsraster.

Vermeiden Sie deshalb künstliche Keyword-Anhäufungen oder komplizierte Satzkonstruktionen, nur um noch mehr Keywords unterzubringen. Achten Sie darauf, dass die Lesbarkeit und Verständlichkeit eines Textes auf keinen Fall leidet.

Achten Sie auf eine optimale Keyworddichte

Text und Keywords sollten in einer guten Relation zueinander stehen, d.h. Keywords sollten maximal 3-4% eines Textes ausmachen. Keyworddichte bezeichnet also die Anzahl der Keywords im Verhältnis zur Wörteranzahl des gesamten Textes einer Seite. Wer mit der Keyworddichte übertreibt, macht den Text häufig unleserlich für die Nutzer und kann im schlimmsten Fall wegen Keyword-Spamming von Suchmaschinen ausgeschlossen werden.

Verlinkungen

Verlinkungen Ihrer Seiten untereinander, auch in den Fließtexten sind ein wichtiger Optimierungsfaktor, sollten aber, um die Lesbarkeit Ihrer Texte zu erhalten, nicht übertrieben werden. Ein Link mit geeignetem Keyword pro Textabsatz ist ausreichend.

Bilder mit Texten ausstatten

Formulieren Sie für Ihre verwendeten Bilder einen Titel und eine kurze Bildbeschreibung (für die alt-Tags, die zwar nicht direkt sichtbar werden, aber von Suchmaschinen ausgelesen werden) und evtl. Bildunterschriften mit Keywords, alle drei sind relevante Faktoren bei der Suchmaschinenoptimierung.

Metadaten

Nicht direkt auf der Seite selbst, dafür aber sehr wohl in den Suchergebnissen der Suchmaschinen erscheinen die in den Metadaten des Programmiercode hinterlegten „title“ und „descriptions“.

Sie sollten keywordbasiert formuliert werden und dürfen nur eine bestimmte Zeichenanzahl haben.

Das Title-Tag

Zum einen wird der „title“ oben in der Registerkarte (Tab) Ihres Browsers angezeigt und dient so der Orientierung Ihrer Besucher.

Zum anderen finden Sie ihn in den Suchergebnissen der Suchmaschinen wieder. Suchmaschinen zeigen nämlich als allererstes den Titel der Seite, den sie aus dem Title-Tag extrahiert haben. Der „title“ erscheint z.B. bei Google fett, blau und in größerer Schrift.

Der „title“ dient als wichtiger Keyword-Träger. Das oder die Keyword/s auf das oder die sie Ihre Seite optimiert haben, sollte/n im „title“ enthalten sein.

Die genaue Zeichenanzahl des „title“ ist von Suchmaschine zu Suchmaschine unterschiedlich. Üblich sind 60-70 Zeichen. Ist der „title“ zu lang, so wird er gekürzt und mit „...“ versehen. Deshalb gelten 55 Zeichen als sicherer.

Besonders wichtig ist, dass die einzelnen Seiten unterschiedliche „title“ haben. Da Sie Ihre einzelnen Seiten auf spezielle Keywords optimieren sollten, bietet sich der jeweilige „title“ gut für die entsprechenden Keywords an.

Das Description-Tag

Auch die „description“ wird in den Suchergebnissen der Suchmaschinen angezeigt. Sie erscheint unterhalb des Links zu Ihrer Website. In der „description“ können Sie zusammenfassend in ca. 156 Zeichen den Nutzer über den Inhalt Ihrer Webseite informieren (zu lange „descriptions“ werden ebenfalls gekürzt). Die „descriptions“ sollten ebenfalls für jede Seite einzigartig sein.

Auch hier können Sie Keywords unterbringen, meiden Sie aber Wiederholungen. Die Relevanz der „descriptions“ für Ihr Ranking ist etwas geringer als die des „titles“.

Beispiel: Google Suchmaschinenergebnis

Pixel & Mehr: Webdesign aus Wiesbaden

www.pixelundmehr.de/

Webdesign, Webprogrammierung, Suchmaschinenoptimierung und Social Media
Einrichtung aus Wiesbaden mit Pixel & Mehr | Modernes Webdesign.

Inhalte erweitern, pflegen und aktualisieren

Google und co. lieben frische Inhalte. Deshalb ist es ratsam, die Webseite regelmäßig zu pflegen und zu aktualisieren. Empfehlenswert ist z.B. ein Newsbereich und/oder kleiner Blog direkt in Ihrer Seite. So können Sie schnell und einfach Ihre neuen Angebote, Themen etc. in veröffentlichen und erhalten weitere Punkte zur SEO Ihrer Website.

OffPage – Maßnahmen

Website-Eintrag in Suchmaschinen

Eine Anmeldung bei Suchmaschinen ist eigentlich nicht nötig. Suchmaschinen durchforsten das Web regelmäßig nach neuen Seiten und listen diese von selbst.

Wenn Sie dennoch Ihre Webseite manuell eintragen möchten, so reichen eine Handvoll Einträge angesichts der Marktanteile der Suchmaschinen. Wählen Sie google & bing. Einträge mittels teurer Eintragssoftware sind meist überflüssig.

Website-Eintrag in Webkataloge

Ein wichtiger Aspekt für die Popularität Ihrer Webseiten und damit auch für ein verbessertes Ranking in den Suchmaschinen ist Ihre Linkpopularität. Sie besagt, wie viele Links im Web auf Ihre Webseite verweisen. Durch den Eintrag in Webkataloge bzw. Webverzeichnisse können Sie beides steigern bzw. verbessern.

Wählen Sie die Webkataloge sorgfältig aus und achten Sie auf deren Seriösität und Qualität. Diese können Sie an folgenden Kriterien ausmachen:

- Qualitativ hochwertige Webseiten werden dort gelistet
- Webseiteneinträge werden vor Freischaltung geprüft
- wenig Werbung.

Die Auswahl weiterer Webkataloge ist sehr umfangreich, so dass ich hier keine Liste anbieten kann. Nehmen Sie sich Zeit und „googlen“ Sie nach allgemeinen und v.a. thematisch verwandten Webverzeichnissen. Tragen Sie Ihre Website in alle Ihnen wichtig erscheinenden Verzeichnisse ein. Auch wenn diese Arbeit mühsam und zeitaufwendig scheint, bedenken Sie das die Linkpopularität ein entscheidender Faktor des SEO ist.

Wie Sie Ihre Linkpopularität aufbauen

Möglichst viele Verlinkungen auf Ihre Website sind die beste Möglichkeit bekannt zu werden. Sie leiten Besucher direkt auf Ihre Seite und verbessern Ihr Ranking in den Suchmaschinen, denn oft verlinkte Websites werden von Suchmaschinen höher bewertet als selten verlinkte.

Was können Sie nun neben dem Eintrag in Suchmaschinen und Webkatalogen tun, um Ihre Linkpopularität zu steigern?

Fremde Links aufnehmen

Nehmen Sie Links zu Webseiten, die thematisch mit Ihrer Website korrespondieren, in Ihre eigenen Seiten auf. Achten Sie auch hierbei auf die Qualität der verlinkten Seiten. Das Renommee dieser Seiten fällt auch suchmaschinentechnisch auf Ihr Angebot zurück.

Linktausch

Zudem können Sie einen Linktausch initiieren, frei nach dem Motto: Wie ich Dir, so Du mir. Suchen Sie gezielt nach Linktauschmöglichkeiten, aber vermeiden Sie kommerziell anmutende Angebote. Bei allen Maßnahmen sollten Sie immer auf inhaltliche Qualität und thematische Relevanz achten.

Relevante Inhalte bereitstellen

Bieten Sie Inhalte, die lesenswert und nützlich sind und die eventuell von Ihren Nutzern im Web weiterempfohlen und verlinkt werden, z.B. in Blogs, Foren etc..

Ihren Link hinterlassen

Beteiligen Sie sich selbst an Foren, Diskussionen und Blogs (Kommentare) im Web und hinterlassen Sie Ihren Link. Aber vermeiden Sie simples Link-Spamming. Suchen Sie nach Portalen und anderen Angeboten im Netz, denen Sie thematisch nahe stehen, und die eventuell Links aufnehmen.

Soziale Medien

Nutzen Sie die Möglichkeiten der Sozialen Netzwerke und Dienste (Social Media) wie Facebook, X, Instagram und LinkedIn, deren Bedeutung für die SEO sehr gestiegen ist. Ratsam ist auch das Einbinden einer Sharingmöglichkeit auf Ihrer Website, so können die Besucher Ihrer Seiten bequem auf Ihren sozialen Medien posten. Posts und Likes stellen ein weiteren Faktor zur Steigerung Ihrer Sichtbarkeit im Netz.

SEO Checkliste

OnPage

Textoptimierung

- Keywordliste erstellen (2-4 Wortkombinationen)
- Keywords für Gesamtangebot definieren, Keywords für Einzelseiten definieren
- Keywords gezielt und mit Maß in Texte einbauen, Keyworddichte beachten (3-4%)
- einfach und verständlich schreiben, richtige Textlänge (min. 300 Wörter/Seite)
- Keywords integrieren in:
 - Navigationspunkten
 - Überschriften, Zwischenüberschriften
 - Linktexten
 - Bildunterschriften, Bildbeschreibungen, Bildtiteln

Domain

- kurz, aussagekräftig, prägnant, leicht zu merken
- optimal mit Keyword(s), bei Keyword Bindestrich verwenden
- mehrere Domains nicht notwendig, wenn doch, dann nur auf Hauptdomain weiterleiten, Inhalte nicht kopieren, am besten nur eine Domain bewerben und verlinken

OffPage

Suchmaschineneinträge

- manuelle Einträge bei google & bing
- keine Eintragssoftware

Einträge in Webkataloge

- umfassende Recherche von Webkatalogen
- auf Qualität und Seriösität achten
- themennahe Kataloge suchen und einbeziehen
- TIPP: übliche Eintragsparameter bereithalten, die sie beim Eintrag abgefragt werden

Linkpopularität aufbauen

Links in eigener Website aufnehmen

Linktausch anbieten

nützliche Inhalte zum Verlinken anbieten

an Foren, Blogs etc. teilnehmen & Links hinterlassen

Portale etc. suchen, wo Links hinterlassen werden können

kein wahlloses Link-Spamming betreiben

bei allen Partnern und Maßnahmen auf Qualität und Seriösität achten

evtl. mich damit beauftragen!

Social Media nutzen

Die Suchmaschinenoptimierung Ihrer Webseiten ist ein dynamischer Prozess und muss kontinuierlich beobachtet und evtl. angepasst werden. Denn nicht nur die Suchmaschinen ändern regelmäßig ihre Parameter sondern auch Ihre Wettbewerber bleiben am Ball und kämpfen mit Ihnen um die vorderen Plätze bei Google & co.