

# Suchmaschinenoptimierung für google

**Suchmaschinenoptimierung** oder Search Engine Optimization (SEO) sind Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking auf höheren Plätzen erscheinen. Suchmaschinenoptimierung ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketing. Bei der Suchmaschinenoptimierung wird üblicherweise eine Seite für ein oder zwei Suchwörter optimiert. Oft wird auch eine umfangreiche Seite in mehrere Einzelseiten aufgeteilt, um diese für verschiedene Suchbegriffe zu optimieren. Dabei werden die Suchwörter mit den entsprechenden Inhalten kombiniert. Dieser (klassische) Bereich zählt zur so genannten „OnPage-Optimierung“; dies bezeichnet alle Methoden und Möglichkeiten, die am Inhalt und der Struktur der Webseiten durchgeführt werden können. Mittlerweile genügt es nicht mehr alleine, die Relevanz von Webseiten zu erhöhen. Ein gutes Listing und eine gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen sowie die Quantität und Qualität der eingehenden Links auf eine Webseite (Backlinks) sollten mit in Betracht gezogen werden. Dieser Bereich der Suchmaschinenoptimierung wird als „OffPage-Optimierung“ bezeichnet. (Quelle Wikipedia)

---

Generell ist es wichtig für welchen Suchbegriff bzw. [Suchbegriffe](#) eine Seite optimiert werden soll. Für diesen Suchbegriff bzw. [Suchbegriffe](#) müssen nun die Stärken und Schwächen der eigenen Seite, sowie die Stärken und Schwächen der Mitbewerberseiten analysiert werden. Erst jetzt kann man mit einer gezielten Optimierung beginnen. Es macht meist keinen Sinn die eigene Seite „blind“ für einen Suchbegriff zu optimieren ohne vorher die Rahmenbedingungen geklärt zu haben.

## **Wichtige Daten der eigenen Internetseite und der Mitbewerberseiten:**

- Alter der [Domain](#)
- google Page Rank
- Alexa Rang
- Einträge Social Bookmarks
- DMOZ Eintrag vorhanden oder nicht
- Backlinks
- [Ladezeit](#) der Seite ggf. Unterseiten
- [Meta-Tags](#) (title und description)
- Platzierung für den Suchbegriff bei google und z.B yahoo

Anhand dieser Daten erhält man einen Überblick über die Ausgangssituation und legt dementsprechend seine Strategie fest. Hat ein Mitbewerber z.B 800.000 Backlinks, 1000 Social Bookmarks, PR 7, Alexa Rang 2, zwei DMOZ Einträge, eine Ladezeit von 0,5 Sekunden, optimale Meta-tags, bei google und yahoo den Platz 1 für einen Suchbegriff mit über 2 Mio. Trefferanzeigen und dazu ein Domainalter von 11 Jahren wird eine Optimierung eine schwere und lange Aufgabe (je nach Ausgangssituation Ihrer Seite). In einem solchen Fall sollte man nach Alternativbegriffen (Suchbegriffe) Ausschau halten.

---

Natürlich ist es fast unmöglich bzw. unnötig alle notwendigen Maßnahmen und Arbeiten auf dieser Seite aufzuführen. Diese Seite beinhaltet die Grundlagen und ein wenig mehr . . . . Sollten Sie Ihre Webseite selbst optimieren wollen, rate ich Ihnen unbedingt, hierzu ein paar SEO-Bücher zu lesen und weitere Informationen im Internet zu sammeln.

---

**ACHTUNG !** Auch im Internet gibt es oftmals Anleitungen oder Ratschläge zu SEO die ich anzweifeln möchte ( = mein Erfahrungswert ist ein anderer !). Alle Informationen auf dieser Seite enthalten zum Großteil meine persönlichen Erfahrungen im Bereich der Suchmaschinenoptimierung, die mir durch Literatur oder Internetrecherche bestätigt wurden.

---

Diese Seite beinhalte Informationen zur Suchmaschinenoptimierung für google. Sollten Sie Ihre Webseite nach diesen Informationen optimieren übernehme ich für eventuell entstandene Schäden, schlechtere Platzierung u. dergl. keinerlei Haftung. Use at one's own risk

# Suchmaschinen



Eine **Suchmaschine** ist ein Programm zur Recherche von Dokumenten, die in einem Computer oder einem Computernetzwerk wie z. B. dem World Wide Web gespeichert sind. Internet-Suchmaschinen haben ihren Ursprung in Information-Retrieval-Systemen. Sie erstellen einen Schlüsselwort-Index für die Dokumentbasis, um Suchanfragen über Schlüsselwörter mit einer nach Relevanz geordneten Trefferliste zu beantworten. Nach Eingabe eines Suchbegriffs liefert eine Suchmaschine eine Liste von Verweisen auf möglicherweise relevante Dokumente, meistens dargestellt mit Titel und einem kurzen Auszug des jeweiligen Dokuments. Dabei können verschiedene Suchverfahren Anwendung finden. (Quelle: Wikipedia)

---

**Suchmaschinenoptimierung** erfolgt in erster Linie - aber nicht ausschließlich - für Suchmaschinen. Der Marktanteil - d.h welche Suchmaschine wird am häufigsten benutzt - ist ausschlaggebend für die gezielte Suchmaschinenoptimierung.

Über die Verteilung der Marktanteile findet man unterschiedliche Angaben – aber auf ein paar Prozente hin oder her kommt es hier nicht mehr an – der Marktführer ist google !

Mit ca. 80% Marktanteil ist google die Nr. 1, gefolgt von yahoo (ca. 2-3 %) und bing [MSN] (ca. 2-3 %), danach kommt T-Online und AOL, wobei T-Online und AOL die Daten über google beziehen.

Wird eine Seite für google optimiert erfolgt in der Regel zwangsläufig eine Optimierung für weitere relevante Suchmaschinen.

---

Eine verständliche Erklärung über den Aufbau und die Arbeitsweise von Suchmaschinen findet man in dem Buch „Suchmaschinen-Optimierung für Webentwickler. Grundlagen, Ranking optimieren, Tipps und Tricks“, ISBN-10: 3898427854, 436 Seiten

# Hosting



**Hosting** (dt. "Gastgeber sein") ist die Unterbringung von Internetprojekten, die sich in der Regel auch öffentlich durch das Internet abrufen lassen. Diese Aufgabe übernehmen Internet-Dienstleistungsanbieter (Provider oder Webhoster), die Webspeicher, Datenbanken, E-Mail-Adressen und weitere Produkte anbieten und zum Austausch von Daten durch das Internet dienen. Diese Anbieter legen üblicherweise auf ihren Webservern die durch den Kunden z. B. per SFTP oder FTP hochgeladenen Webseiten ab, übernehmen ggf. auch die Registrierung von Domains und die Bekanntmachung per DNS. (Quelle: Wikipedia)

---

## **Grundsätzlich sollten folgende Punkte beachtet werden:**

Eine .htaccess bzw. deren Funktion sollte zur Verfügung stehen. Diese wird für Weiterleitungen oder Cache-Optionen benötigt .

Domain und Webspace sollten zusammen bei einem Hoster registriert sein.

Verfügbarkeit von Subdomains um ggf. Bereiche der Seite auszulagern oder um den parallelen Download von z.B Grafiken und Skripten beim Seitenaufruf der Hauptdomain zu reduzieren.

Zugriff auf die Server-Logdatei zur Logfile-Analyse (z.B Besucherverhalten)

---

## **Weitere Anforderungen z.B für CMS-Systeme (Online-Shops u. dergl.):**

mod\_rewrite muss aktivierbar sein um suchmaschinenfreundliche URL 's ausgeben zu können

Bei entsprechend großen und komplexen Seiten wird ein Server mit schnellen Antwortzeiten und hoher Prozessorleitung benötigt.

Die Erreichbarkeit sollte so hoch wie möglich sein (geringe Serverausfallzeiten)

Eigene IP-Adresse für Ihre Domain. Hierdurch könnte google Ihrer Domain eine höhere Wertigkeit zuweisen.

Sollten mehrere Webprojekte untereinander verlinkt sein, macht es durchaus Sinn, dass jedes Projekt über eine eigene IP-Adresse aus unterschiedlichen Class-C-Netzen verfügt. Die Gewichtung der Links aus unterschiedlichen Class-C-Netzen liegt höher als Verlinkungen aus dem gleichen Netz bzw. der gleichen IP-Adresse.

---

## **Hosting Möglichkeiten**

*Shared Hosting:* Viele Domains teilen sich einen Server und somit eine IP-Adresse

*Eigener Server:* Kostenintensiver aber dafür verfügen Sie über eine eigene IP-Adresse und in der Regel haben Sie keine technischen Beschränkungen.

# Suchbegriff



Ein **Suchbegriff** (Keyword = Schlüsselwort) ist der Begriff, bei dem es sich sowohl um ein Wort als auch um die Kombination mehrerer Wörter, Zahlen oder Zeichen handeln kann. Innerhalb des Internetmarketings findet der Begriff Keyword vor allem im Suchmaschinenmarketing Verwendung. Zum einen wird damit der Suchbegriff bezeichnet, den Internet-Nutzer in das Suchfeld einer Suchmaschine eintippen, zum anderen in der Suchmaschinenwerbung die Schlüsselwörter unter denen die Anzeige eingeblendet werden soll. Das Suchmaschinenmarketing arbeitet mit Keywords, die auf automatischer Indexierung basieren. Im Bereich des Web 2.0 wird oftmals der Begriff Tag als Synonym für Keyword gebraucht. Darunter ist ein Schlagwort zu verstehen, das einem Objekt von einem Menschen zugewiesen wurde. (Quelle Wikipedia)

---

## Wie findet man den richtigen Suchbegriff ?

Ein Weg der Sie zu relevanten Suchbegriffen führen kann:  
Als erstes versuchen wir uns in die Lage des Suchenden zu versetzen.  
Mit welchen Worten würden wir unser Angebot im Internet suchen ?  
Daraus ergibt sich eine Sammlung von Suchbegriffen die wir uns notieren.

Als nächsten Schritt benutzen wir das kostenlose **Keyword-Tool** von **google**.

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Hier erhalten wir eine übersichtliche Auswertung zu unserem Suchbegriff und eine Reihe von Alternativbegriffe.

Mit einem „Klick“ auf z.B „Durchschnittliches Suchvolumen pro Monat“ wird uns der Suchbegriff mit den meisten Anfragen ganz oben aufgelistet. Darunter folgen „Alternativbegriffe“ deren genauere Betrachtung durchaus lohnenswert ist !

Hier finden sich immer wieder interessante Wortkombinationen oder einzelne Suchbegriffe.

Der grüne Balken stellt uns eine schnelle Übersicht der „Mitbewerberdichte“ dar. Genauere Erläuterungen zu „Mitbewerberdichte“, „Volumen der lokalen Suche“ und „Durchschnittliches Suchvolumen pro Monat“ finden man in der AdWords-Hilfe.

<https://adwords.google.com/support/aw/?hl=de>

Des Weiteren sollten wir uns überlegen ob unser Angebot lokal, regional, überregional oder wirklich global gefunden werden soll. Oftmals macht es Sinn den gewünschten Suchbegriff örtlich zu „beschränken“.

---

## Ein kleines Beispiel:

Sie sind eine kleine Werbeagentur in Witzigtown. Als Top-Suchbegriff haben Sie sich natürlich „Werbeagentur“ herausgesucht. Diesen Begriff geben Sie dann zunächst in das google Keyword-Tool ein. Jetzt erhalten Sie die Zahlen über das Suchvolumen u. dergl. und einige Alternativbegriffe.

<http://www.suchmaschinenoptimierung-google.de/>

Leider ist laut dem „grünen Balken“ die Mitbewerberdichte ziemlich hoch !

Geben Sie den Begriff mal direkt auf der google-Seite in das Suchfeld ein – wie viele Treffer erhalten Sie ?

In Zahlen: „Durchschnittliches Suchvolumen pro Monat“ = 450.000; Treffer bei google = 3.530.000

Sie können die Zahlen zur Verdeutlichung einfach einmal so betrachten: 450.000 entspricht der Nachfrage und 3.530.000 entspricht dem Angebot. Daraus ergibt sich ein Faktor von 7,84. Sie haben für diesen Suchbegriff das 7,8 fache Angebot zur entsprechenden Nachfrage. Jetzt grenzen Sie Ihren Aktionsradius ein. Machen Sie nun das gleiche mit dem Suchbegriff und der entsprechenden Ergänzung Ort, Landkreis, Bundesland, Land. . .

Möglicherweise haben Sie einen deutlich besseren Faktor für „Werbeagentur Witzigtown“. Evtl. wird dieser Begriff laut Keyword-Tool auch nicht abgefragt. Dies sollen Sie eben auf diese Weise herausfinden. Nachdem Sie alle Möglichkeiten an Wortkombinationen durchgespielt haben (Sie haben sich selbstverständlich alles schön brav notiert) können Sie nun die Top-Favoriten der Keywords bzw. Keywordkombinationen ermitteln. Hierbei ist es wichtig dass Sie das eigentliche Ziel – eine gute Platzierung bei google für „Werbeagentur“ – nicht aus den Augen verlieren (evtl. hat diese kleine Analyse aber auch gezeigt dass ein anderes Keyword deutlich interessanter ist - dann fokussieren Sie dieses neue Keyword).

In Kombination des Hauptkeywords mit der lokalen Eingrenzung und/oder einer Erweiterung (Keywordkombination) kann in der Regel eine Optimierung für das Hauptkeyword sowie deren Variationen erfolgen.

---

#### **Klartext:**

Sie haben ein Keyword welches stark umworben ist. Nun ermitteln Sie eine Keywordkombination (wobei das Hauptkeyword eigenständig bleiben muss) und optimieren Ihre Seite auf diese Keywordkombination. Dadurch, dass das Hauptkeyword ein eigenständiges Wort ist, optimieren Sie automatisch auch für dieses Keyword.

Wenn Sie für die Suchbegriffkombination „werbeagentur witzigtown“ bei google auf Platz 3 sind, und dadurch mehr Besucher erhalten, ist dies mit Sicherheit kein Schaden, und wird Sie mit der Zeit immer näher an Ihr Ziel bringen (Top 10 für „werbeagentur“ – so einfach ist es nun auch wieder nicht, die Suchbegriffe sind nur ein kleiner Teil von der Optimierung – aber hiermit legen Sie einen guten Grundstein !)

---

#### **Tipp**

Versuchen Sie sich für die Startseite auf max. 3 Suchbegriffe festzulegen, die weiteren Suchbegriffe werden in den entsprechenden Unterseiten ihren Platz finden. Ihre Suchbegriffe sollten im Seitentitel, Description, Textinhalt, Datei- u. Verzeichnisnamen, Grafikenamen und Alt-Tags, Linktexten, pdf-Dokumenten und in Überschriften vorkommen (bitte nicht übertreiben, ansonsten besteht die Gefahr, dass dies als Spam gewertet wird – Keyworddichte ca. 3 %). Zur Ermittlung der Keyworddichte finden Sie ein Tool in der Rubrik Analyse Tools online. **!**

# Domain



Eine **Domain** (auch Domäne) ist ein zusammenhängender Teilbereich des hierarchischen Domain Name System (DNS). Jeder Rechner einer Domain verfügt im DNS über eine individuelle Bezeichnung (z. B. www). Diese individuelle Bezeichnung wird – durch einen Punkt getrennt – um die Bezeichnung der Domain (z. B. example.com) erweitert. Der so konstruierte Fully Qualified Domain Name (z. B. www.example.com) kann durch das DNS in eine IP-Adresse aufgelöst werden, die dann verwendet werden kann um Netzwerkverbindungen zu diesem Rechner aufzubauen (z. B. um auf die Webseite <http://www.example.com/index.html> zuzugreifen). Der Fully Qualified Domain Name (und damit auch die Bezeichnung der Domain) ist oft Bestandteil von URLs. (Quelle Wikipedia)

---

## Domainname:

Im Idealfall enthält der Domainname den Top-Suchbegriff und ggf. den zugehörigen Firmennamen. Besteht der Domainname aus mehreren Wörtern werden diese mit einem Bindestrich getrennt.

z.B [www.immobilienfinanzierung.de](http://www.immobilienfinanzierung.de) oder [www.immobilienfinanzierung-neuwirth.de](http://www.immobilienfinanzierung-neuwirth.de)

Versuchen Sie den Domainnamen so kurz wie möglich zu halten, und keine Abkürzungen zu verwenden. Der Suchbegriff muss in voller Länge ausgeschrieben werden.

Verwenden Sie nur jeweils eine Domain für die selben Inhalte. D.h es macht keinen Sinn die gleiche Seite (Inhalt) in mehrere Domains zu stellen.

Sollten Sie, aus welchem Grunde auch immer, mehrere Domains besitzen, diese besitzen jedoch den selben Inhalt, so leiten Sie die Zusatzdomains per 301 weiter (eine Weiterleitung per 301 überträgt den bestehenden PageRank ).

Mit oder ohne www ? Bitte entscheiden Sie sich ob Sie Ihre Domain mit oder ohne www verwenden möchten. Entsprechend gestalten Sie die Weiterleitung in der .htaccess

---

## Domainalter:

Für neue/junge Domains wird es immer schwerer werden bei google Gehör zu finden. Die Alten sind erst einmal King ! Ein hohes Alter einer Domain steht für eine höhere Vertrauenswürdigkeit und somit für geringeren Spamverdacht ! Des Weiteren ist der Domaininhaberwechsel sowie der Inhaltswechsel (Thema) einer Domain interessant. Eine 10 Jahre alte Domain deren Inhaber immer Herr Schmid war, und deren Inhalt bzw. deren Thema sich nicht verändert hat, wird voraussichtlich bei google eine höhere Priorität genießen, als eine junge Domain mit mehreren Inhaberwechseln und wechselnden Themenbereichen von Metzgerei bis Unternehmensberatung.

# Seitenlayout



**CSS** ist aus verschiedenen Gründen das bevorzugte Seitenlayout ! Bei CSS werden der Inhalt und das Layout voneinander getrennt, sobald Sie die Formatierungen (CSS) in eine externe Stylesheet-Datei auslagern. Somit erhöht sich das Verhältnis von Inhalt zu Quellcode. Zur Erhöhung der Ladezeiten sollten alle CSS-Dateien in optimierter Form als .gz eingebunden werden.

---

Ein **Tabellenlayout** sollte so einfach wie möglich gehalten werden. Keine verschachtelten Tabellen !

---

**Flash** ist schön, Flash ist bunt und bewegt sich, aber Flash hat keinen Content bzw. die Suchmaschinen können Keinen erkennen ! Mit einer Flashseite kann man schöne und hochwertige Internetseiten gestalten ! Dies ist der Suchmaschine allerdings völlig gleichgültig. Sie vergibt keine Schönheitspreise sondern bewertet nach anderen Maßstäben und Content ist wichtig ! Es spricht nichts gegen eine Flashanimation in Ihrer Seite – doch eine reine Flashseite würde ich nicht empfehlen.

---

Von **Frames** rate ich gänzlich ab. Sollten Sie eine Frameseite besitzen ist jetzt der richtige Moment um Dies zu ändern !

# Quellcode



Unter dem Begriff **Quelltext**, auch **Quellcode** (engl. source code) oder unscharf Programmcode genannt, ist in der Informatik der für Menschen lesbare, in einer Programmiersprache geschriebene Text eines Computerprogrammes. Abstrakt betrachtet kann man den Quelltext eines Computerprogrammes auch als Software-Dokument bezeichnen, welches das Programm formal so exakt und vollständig beschreibt, dass dieses aus ihm vollständig automatisch vom Computer generiert werden kann.

Im weiteren Sinne versteht man unter Quelltext auch die menschenlesbare Version eines bereits gerenderten Mediums. Beispielsweise ist der Quelltext von Web-Seiten in der Regel in HTML geschrieben. (Quelle Wikipedia)

---

Sofern Sie nicht bereits über **HTML-Kenntnisse** verfügen, können Sie sich grundlegendes Wissen hierzu auf [www.selfhtml.de](http://www.selfhtml.de) aneignen.

Verwenden Sie für Überschriften, Auflistungen, Hervorhebungen, Absätze u. dergl. die entsprechenden HTML-Elemente wie h1, li, strong, p (siehe [selfhtml.de](http://selfhtml.de)).

Entfernen Sie alle unnötigen Codes aus Ihren HTML-Dateien.

Mit einem HTML-Optimierungstool können Sie Leerzeichen und Kommentare komfortabel entfernen (siehe [Optimierungstools online](#))

---

**Javascripte** und **CSS-Dateien** sollten in optimierter und komprimierter Form ausgelagert sein. Die Dateien werden entsprechend im Head-Bereich Ihrer HTML-Datei eingebunden.

z.B für CSS

```
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="/stylesheet.css.gz">
```

z.B für Java

```
<script src="/javascript.js.gz" type="text/javascript"> </script>
```

Entfernen Sie ggf. nicht benötigte Teile aus der CSS

Zur Optimierung stehen Ihnen wieder [Optimierungstools online](#) zur Verfügung.

Zur Komprimierung in .gz empfehle ich 7zip.

---

Ein sehr **hilfreiches Tool** zur CSS und Java Optimierung ist google page speed. Hier werden ihnen die notwendigen Optimierungsmaßnahmen nicht nur angezeigt, sondern Sie erhalten per KLICK eine Minify Version Ihrer Java oder CSS Datei.

Das Tool **page speed** stelle ich nochmals separat unter [Google Werkzeuge](#) vor.

## Die Struktur von Webseiten

Insofern Sie einen Einfluss auf die Struktur einer Webseite haben, sollten Sie diese gezielt aufbauen. Erstellen Sie Ordner und Unterordner mit der entsprechenden Nomenklatur. Die Bezeichnung der Order (Verzeichnisse) und Unterordner richtet sich nach Ihren Suchbegriffen. Gestalten Sie die Struktur so einfach wie möglich.

## Navigation



Generell sollte Ihre Navigation so schlank wie möglich sein. Versuchen sie nach Möglichkeit den Besucher innerhalb von max. 3 Klicks zum Ziel zu bringen.

Realisieren Sie eine reine **Textlink**-Navigation !

Verzichten Sie auf Java, Javascript, Flash oder ImgMaps für Ihre Navigation

Beinhaltet Ihre Navigation **Grafiken**, sollten diese mit dem entsprechenden Text im **Alt-Attribut** hinterlegt sein.

Verwenden Sie als **Text des Links** eine konkrete Beschreibung (z.B Suchbegriff) mit **Bezug zum Inhalt** der verlinkten Seite.

Verlinken Sie den **Inhaltstext** bzw. die darin enthaltenen **Suchbegriffe** zu den entsprechenden Seiten insofern Diese bestehen. Sie haben z.B in Ihrem Text den Begriff „Thermotransfer“, und zu diesen Begriff besteht eine Seite/Unterseite so sollten Sie im Text entsprechend einen Link auf diese Seite legen (schauen Sie sich hierzu Wikipedia an !)

Der Link zur Startseite (z.B HOME) sollte sich direkt auf die Domain, und nicht auf die Indexseite beziehen.

## Dateinamen



Verwenden Sie für die **Seiten- und Verzeichnisbezeichnung** die gewählten Suchbegriffe. Der Inhalt dieser Seiten und Verzeichnisse sollte entsprechend zu dem Suchbegriff passen !

z.B. suchbegriff01.html oder suchbegriff02/suchbegriff01.html

---

Sollte ein **Suchbegriff aus zwei Wörtern** bestehen oder mit einem weiteren Wort kombiniert werden, so trennen Sie Diese mit einem Bindestrich !

z.B suchbegriff-wort.html oder suchbegriff01-suchbegriff02.html

Verwenden Sie **keinen Unterstrich** – Dieser wird von google nicht als „Trennzeichen“ erkannt !

---

Jede **Seite/Unterseite** darf nur über eine Url erreichbar sein ! Es dürfen keine Inhalte und **Meta-tags** doppelt verwendet werden.

---

### **ACHTUNG – CMS / Shopsysteme:**

Vermeiden Sie Session-ID´s und verwenden Sie sogenannte „suchmaschinenfreundliche Url´s“. Für die meisten CMS-Systeme gibt es entsprechend Module, Extensionen . . . oder Anleitungen im Internet um suchmaschinenfreundliche Url´s zu erzeugen.

# Seiteninhalt



Und immer wieder zählt „**Content ist King** !“

Über welches Wissen oder über welche Informationen verfügen Sie ? Welche dieser Informationen sind für andere interessant und können von Ihnen veröffentlicht werden ? Gestalten Sie den Inhalt Ihrer Seiten informativ, und verwenden Sie die entsprechenden Suchbegriffe im Text. Bitte übertreiben Sie nicht, eine Keyworddichte von 3-4% ist ausreichend (ein Tool hierfür finden Sie unter OptimierungTools online) !

---

Stellen Sie Informationen oder Tools zum Download zur Verfügung (z.B pdf-Dokumente).

---

Fassen Sie Themen oder Bereiche inhaltlich zusammen und erstellen Sie ggf. weitere Unterseiten.

---

Versuchen Sie auf keinen Fall einer Suchmaschine etwas vor zu machen ! Keine versteckten Texte oder sonstige Manipulationsversuche !

---

Für Verkaufsseiten sollten Sie eventuell die Hilfe eines Werbetexters in Anspruch nehmen. Der direkte Verkauf wird durch eine gezielte Textgestaltung (z.B. AIDA-Formel) begünstigt. Sie müssen dem Werbetexter, entsprechend Ihrem SEO-Vorhaben, die zu verwendenden Suchbegriffe, und deren Anzahl im Text mitteilen !

---

Bleiben Sie so sachlich als möglich und ersparen Sie Ihrem Besucher unnötige Zeilen ! Informationen im Internet werden anders erwartet und bewertet als in einer Zeitung oder in einem Buch !

Qualitativ hochwertiger Inhalt in angemessener Länge – das ist das Ziel.

# Meta Tags



Der Seitentitel sollte auf jeden Fall in den Tags angegeben werden. Hierzu sollten Sie einen aussagekräftigen Titel der jeweiligen Seite wählen mit einer maximalen Zeichenanzahl von 65 Zeichen. Schreiben Sie Ihre Tags z.B in einem Textprogramm wie Word, können Sie hier über die Funktion „Extras“ – „Wörter zählen“ die Zeichenanzahl ermitteln. Der Titel sollte den Top-Suchbegriff für diese Seite mind. 1mal enthalten.

```
<title>Hier steht der Titel Ihrer Seite</title>
```

---

Die Seitenbeschreibung (discription) kann für eine gezielte Verwendung der entsprechenden Suchbegriffe in der Beschreibung herangezogen werden. Ohne „description“ bezieht google die notwendigen Informationen aus dem Seiteninhalt. Die description sollte max. 152 Zeichen beinhalten und den Top-Suchbegriff für diese Seite 1 - 2mal enthalten.

```
<meta name="description" content="Hier steht die Beschreibung Ihrer Seite" />
```

---

Robots-Tag zur Indizierung der Seite und deren verlinkten Unterseiten. Mit diesem Tag weisen Sie die Suchmaschine an, die Seite zu indizieren, und allen Links auf dieser Seite zu folgen, um auch die weiteren Seiten zu indizieren.

```
<meta name="robots" content="index, follow" />
```

---

Sollten Sie über einen DMOZ-Eintrag verfügen, können Sie die Übernahme der dort hinterlegten Titel und Beschreibungsangabe wie folgt verhindern:

```
<meta name="robots" content="NOODP">
```

Somit ist sichergestellt dass der titel und die description direkt aus Ihrer Seite übernommen werden.

---

Manche Suchmaschinen möchten auch gerne wissen aus welchem Land eine Seite stammt bzw. welche Sprache verwendet wird. Google weist Ihrer Seite im Normalfall auch ohne diesen Tag die richtige Sprache zu.

```
<meta name="language" content=" de, ch, at">
```

---

Der Tag page-topic sollte die Kategorie Ihrer Seite beinhalten. Manche Suchmaschinen tragen indizierte Seiten auch in einen eigenen Webkatalog (wenn vorhanden) ein.

```
<meta name="page-topic" content="Suchmaschinenoptimierung">
```

---

Der keyword-Tag ist für google unwichtig ! Laut Aussage von google wird dieser Tag nicht unterstützt. Andere Suchmaschinen wiederum verwenden diesen Tag. Verwenden Sie maximal 10 Suchbegriffe.

```
<meta name="keywords" content="1,2,3,4,5,6,7,8,9,10">
```

**ACHTUNG:** Die Tags title und description müssen für jede Seite individuell erstellt werden und sollten nicht mehrfach vorkommen. Jede Seite unterscheidet sich in title und description !

In den google Webmaster-Tools finden Sie unter Diagnose / HTML Vorschläge eine Übersicht was google zu Ihren Beschreibungen und Titeln zu sagen hat (z.B Doppelte Metabeschreibung, Fehlende "title"-Tags . . . )

---

Es gibt noch viele andere Tags – nach meiner Erfahrung reichen die aufgeführten Tags für google vollkommen aus.

---

**Keine** reine **Aufzählung** Ihrer Suchbegriffe in den Tags **title** und **description** ! Sie können selbstverständlich einen oder zwei Suchbegriffe gezielt in diese Tags einbauen, sollten jedoch immer versuchen den Inhalt oder die Aussage der Seite in diesen Tags wiederzugeben. Zum Einen hat der Besucher bzw. der Findende auf den ersten Blick ansonsten keine wirkliche Orientierung was diese Seite beinhaltet (als google-Treffer wird schließlich der titel und die description angezeigt!), und zum Anderen würden wir wieder ein paar Jahre in die Vergangenheit reisen, als jeder versucht hat die Platzierung seiner Seite zu verbessern, indem er die Suchbegriffe einfach in die Tags keyword, titel und description kopiert hat. Werden solche Praktiken wieder alltäglich, und viele Seiten im Netz würden nur Ihre Suchbegriffe in diesen Tags verwenden, wird früher oder später jede Suchmaschine darauf reagieren, und z.B Tags wie description einfach nicht mehr lesen.

Ich persönlich finde die reine Aufzählung der Suchbegriffe in diesen Tags lästig. In der Regel sind solche Tags auch von den Suchmaschinen nicht erwünscht und können ggf. gemeldet werden.

---

# Ladezeiten



**Ladezeiten** werden in der nahen Zukunft definitiv einen Einfluss auf die Platzierung bei google haben. In welcher Form dies geschieht wird aber eher ein Geheimnis von google bleiben.

In einem Interview von [WebProNews](#) erwähnt Matt Cutts, dass wahrscheinlich ab Anfang 2010, schnell ladende Seiten einen Bonus erhalten werden.

Als gute Orientierung stellt google ein sehr schönes, kostenloses Tool zur Ladezeitoptimierung zur Verfügung – page speed. **Page speed** ist ein Add-On für den Browser Firefox. Mit diesem Tool lassen sich Ladezeiten aus Sicht von google ermitteln.

Um die Seite nicht nur aus Sicht von google, sondern auch für die „reale“ Ladezeit zu optimieren, muss ein weiteres Tool verwendet werden. Eine übersichtliche Darstellung der Ladezeiten der einzelnen „Elemente“ erhält man mit dem OnlineTool von pingdom.com (siehe Optimierungstools online).

Z.B überprüft page speed ob Scripte oder Dateien als .gz vorliegen, beachtet aber nicht ausreichend die reale Größe dieser Dateien. Hier kann oftmals weitere Ladezeit gespart werden. Für CMS-Systeme stehen in der Regel **Module, Extensionen** . . . zur Verfügung die eine Komprimierung der Dateien wesentlich erleichtern.

Sollten Sie über ein eigenes favicon verfügen empfehle ich dies zu optimieren – hier können oftmals noch einige kb gespart werden.

Selbstverständlich kann man nun von z.B einer Shopseite nicht erwarten, dass diese die gleichen Ladezeiten aufweist wie z.B eine reine Textstartseite. Aber zumindest kann man einmal davon ausgehen, dass bei annähernd gleicher Wertigkeit zweier Seiten die mit der schnelleren Ladezeit die google-bevorzugte ist oder werden wird. Also sehen wir die Ladezeit einer Seite nicht als elementares Kriterium an, sondern als einen weiteren Baustein der Suchmaschinenoptimierung, mit dem man sich ggf. von seinen Mitbewerbern unterscheiden kann.

**Anmerkung:** Bitte beachten Sie dass die „reale“ Ladezeit auch von Ihrem Server abhängig ist. Ist dieser zu langsam, werden Sie keine gute Ladezeit erreichen.

**Page speed:** Nach meiner persönlichen Einschätzung sollte man sich bemühen keinen roten Hinweis in page speed zu erhalten. Seiten mit page speed von 84+ wären wünschenswert. Im Idealfall werden alle angegebenen Punkte mit einem grünen Haken versehen und der google page speed liegt über 90.

**Hinweis:** In den google Webmaster-Tools findet man unter Google Labs den Unterpunkt Website-Leistung. In dieser Grafik liegt die Grenze bei ca. 1,4 Sekunden. Alles unter ca. 1,4 Sek. wird hier als „SCHNELL“ bezeichnet und alles darüber entsprechend als „LANGSAM“.

## Grafiken



**Grafiken** und **Bilder** sollten immer in optimierter Form in eine Internetseite eingebunden werden ! Zur Optimierung von **.jpg** empfehle ich das Programm Fireworks von Macromedia, für **.gif** kann ich WebGraphics Optimizer empfehlen, und **.png** optimiere ich selbst meist mit einem OnlineTool (siehe Optimierungstools online – suche aber noch eine bessere Lösung). Diese Optimierungsarbeiten beziehen sich auf die Ladezeit der Grafiken.

Eine angemessene Ladezeit für Grafiken und Bilder ist das Ziel. Also nicht so wenig Ladezeit wie möglich um jeden Preis !

Die Bezeichnungen der Grafiken und Bilder (Nomenklatur) sollte sich auf das Bild und auf die gewünschten Suchbegriffe beziehen. Sie haben z.B ein Kletterseil in Ihrem Programm, dann sollte das zugehörige Bild auch mindestens als „kletterseil.jpg“ benannt werden, besser wäre noch ein eventueller Zusatz je nach Suchbegriff z.B „kletterseil-10-edelrid.jpg“

Verwenden Sie nach Möglichkeit den „Alt-Tag“ um einen Text für Ihre Grafik zu hinterlegen. Bitte **kein Keyword-Spam** – also nicht einfach alle Suchbegriffe in den Tag schreiben ! In unserem Beispiel könnte der Ersatztext so aussehen: „Kletterseil Edelrid 10 mm“.

```

```

## Sitemap



Als **Sitemap**, seltener auch **Seitenübersicht**, wird die vollständige hierarchisch strukturierte Darstellung aller Einzeldokumente (Webseiten) eines Internetauftritts bzw. einer Website bezeichnet (Seitenstruktur). Im Idealfall zeigt die Sitemap auch die hierarchischen Verknüpfungsstrukturen der Seiten an. Eine Sitemap wird von den Betreibern einer Website zur Verfügung gestellt, um den Besuchern einen Überblick zu geben, welchen Umfang und welche Struktur ein Webauftritt hat. Bei sehr umfangreichen Internetauftritten können in der Sitemap nicht mehr alle Einzeldokumente angezeigt werden, so dass man sich auf die Darstellung der hierarchischen Struktur beschränkt. (Quelle: Wikipedia)

---

Eine Sitemap soll den Suchmaschinen die Indizierung aller beinhalteten Seiten erleichtern. Obwohl dies im Normalfall nur für größere Internetauftritte nötig ist, empfehle ich für jeden Internetauftritt eine sitemap.xml zu erstellen (ab ca. 15 Unterseiten).

---

Unter Optimierungstools online finden Sie entsprechende Tools zur Erstellung einer sitemap. Nachdem Sie diese erstellt haben, loggen Sie sich in Ihr google-Konto ein und gehen in die Webmaster-Tools. Dort finden Sie unter „Website-Konfiguration“ den Unterpunkt „XML-Sitemaps“. Klicken Sie auf „XML-Sitemap einreichen“ und geben Sie den entsprechenden Namen ein. Nachdem die sitemap von google „heruntergeladen“ wurde erhalten Sie eine Übersicht wie viele Url´s übermittelt wurden (Inhalt Ihrer sitemap) und wie viele davon von google indiziert wurden.

# Backlinks



Rückverweis (englisch: backlink bzw. back-link) bezeichnet einen Link, der von anderswo, insbesondere von anderen Webseiten, auf eine bestimmte Webseite führt. In vielen Suchmaschinen wird die Anzahl der Rückverweise als Indiz für die Linkpopularität oder Wichtigkeit einer Webseite verwendet; Googles PageRank-Algorithmus ist ein Beispiel hierfür. Auf die Backlinks hat der Betreiber der Webseite in der Regel keinen direkten Einfluss. Zur Generierung zusätzlicher Backlinks bzw. zur Beeinflussung des Linktextes und Linkpopularität dienen unter anderem Referrer-Spam, Textlinktausch und Artikelverzeichnisse. Da Suchmaschinen die Linktexte der Rückverweise auch als Suchbegriffe werten, kann diese Eigenschaft durch eine so genannte Google-Bombe missbraucht werden. Das Aufspüren der Backlinks erfolgt mit Hilfe von Suchmaschinen oder durch Auslesen der Referrer bei der Logdateianalyse. So kann man bei vielen Suchmaschinen eine Suchanfrage der Form „link:<URL>“ verwenden, um die Rückverweise auf die Webseite mit der angegebenen URL zu bestimmen. (Quelle: Wikipedia)

---

Backlinks werden von Suchmaschinenbetreibern als eine Art „Mundpropaganda“ gesehen. Umso mehr User einen Backlink auf eine Internetseite gelegt haben, um so interessanter scheint Diese zu sein !

---

Eine Möglichkeit die Backlinks für die eigene Seite zu erhöhen ist die Anmeldung in diversen Webkatalogen. Diese Anmeldung erfolgt in der Regel manuell über entsprechende Anmeldeformulare des jeweiligen Webkataloges, kann aber bei einigen Webkatalogen auch halbautomatisch mit einer Software erfolgen (z.B Easy Directory Preview).

---

Der für ein gutes Google-Ranking wichtigste Webkatalog ist das Open Directory Project (DMOZ.de).

---

Eine weitere Möglichkeit die Backlinks zu steigern sind Social Bookmarks. Social Bookmarks sind „Lesezeichen“ oder „Favoriten“ wie in Ihrem Browser, nur dass die Social Bookmarks nicht auf Ihrem Rechner gespeichert werden, sondern über ein Benutzerkonto bei dem entsprechenden Anbieter Online zur Verfügung stehen (z.B Mister Wong). Geben Sie Ihren Besuchern die Möglichkeit relativ einfach eine SB auf Ihre Seite zu legen (siehe in unserer Navigation – „Social Bookmarks“). Hierfür gibt es einige kostenlose Scripte im Internet.

---

Ferner können Sie mit Freunden, Bekannten oder Geschäftspartnern selbst Links austauschen. Sie setzen einen Link auf die Seite von „XY“ und Er/Sie setzt dafür einen Link zu Ihrer Seite.

---

Stellen Sie z.B technische Informationen auf Ihrer Seite zur Verfügung. Binden Sie diese Informationen als pdf zum Download ein. Gerade in Foren u. dergl. werden gerne Tipps und Links zu Seiten weitergegeben, die interessante Infos bereitstellen. Jeder Hinweis in einem Forum wie z.B „ . . . ja danach habe ich auch schon gesucht. Bei [www.Ihre-Seite.de](http://www.Ihre-Seite.de) findest Du hilfreiche Infos dazu“ bringt eventuell einen Backlink !

---

## **WICHTIG:**

Egal wer etwas anderes behauptet – vermeiden Sie Linkfarmen. Linkfarmen sind eine sinnlose Auflistung von Links – mehr nicht. Hier laufen sie Gefahr eine „schlechte Nachbarschaft“ einzugehen, welche von google nicht gerne gesehen wird.

Generell sollte man seinen Linkpartner schon etwas unter die Lupe nehmen. Backlinks von Seiten mit einem hohen google Page Rank sind zu bevorzugen. Je weiter oben der Backlink auf einer Seite angebracht ist, und je auffälliger er gestaltet wurde, desto höher scheint die Wertigkeit zu sein. Nach Möglichkeit sollte der Backlink als Textlink erstellt werden und Ihren Suchbegriff enthalten. Auch ein Blick in den Quellcode kann nicht schaden ! Eventuell hat Ihr Linkpartner einen <nofollow> Link daraus gemacht und dieser bringt Ihnen nicht besonders viel. Dem Link sollte von den Suchmaschinen auch „gefolgt“ werden.

---

## **ACHTUNG !**

Sollte ein zu schneller Linkaufbau erfolgen, kann dies durchaus einen negativen Einfluss auf Ihren Page Rank haben ! Es ist nicht besonders schwer herauszufinden wie schnell die Anzahl der Backlinks gestiegen ist. Sollte google hierbei etwas merkwürdig vorkommen landen sie eventuell in der Schublade „Spamverdacht“ !!!