

SEO selbermachen

28.07.2009, 17:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *tagworx.net*



Insbesondere im Bereich Neukundengewinnung kann sich eine schlechte Positionierung in den SERPs nachhaltig bemerkbar machen - und zwar in entsprechenden negativen Zahlen. Schließlich informiert sich ein Großteil potentieller Kunden - und das ganz unabhängig von Branche und Geschäftsfeld - im Internet und ausschließlich im Internet über Produkte und Dienstleistungen.

Kleine Unternehmen ohne zahlungskräftige Stammkundschaft im Rücken müssen immer mehr Terrain abgeben und haben da ganz schnell verloren. Mit herkömmlichen Strategien und der Seite vom Neffen wird man dieser Situation nicht Herr werden.

Andererseits scheuen viele KMU die Kosten für nachhaltiges SEO/SEM - wohl auch deshalb, weil die Suchmaschinenoptimierung mit allerlei Mythen und Legenden umrankt ist. Und an der einen oder anderen Stelle zu lesen ist, dass für SEO/SEM fünf- und sechsstelligen Summen veranschlagt werden müssen.

Suchmaschinenoptimierung ist selbstverständlich eine hochkomplexe strategische Maßnahme. Und abhängig von Keywords und Konkurrenz kann das auch Einiges kosten. Tatsächlich aber bewirken meist schon einige wenige grundlegende technische und inhaltliche Handgriffe, dass eine Seite erst einmal merklich nach oben gepusht wird. Und da kann man - wie beim "Häusle-Bauen" - eine ganze Menge "Eigenleistung" erbringen, ein wenig Verständnis und technisches Geschick vorausgesetzt.

Michael Schmidt von der Münchner Agentur TAGWORX.NET zeigt die wichtigsten Do's and Don'ts für eine gute Platzierung im Index bei Google & Co.

Fakten

Google besitzt den größten Computer der Welt, bestehend aus einer knappen halben Million vernetzter PCs, auf denen die umfangreichste Sammlung an Webseiten weltweit archiviert ist. Über einen hochkomplexen (und streng geheimen) Algorithmus wird definiert, in welcher Reihenfolge pro Suchanfrage Suchergebnisse ausgegeben werden.

Google hat im deutschsprachigen Internet seit geraumer Zeit einen Marktanteil von über 90 Prozent bei einer Indexgröße von geschätzten 350 Millionen deutschen Webseiten (International weit über 8 Milliarden).

Die Mutter aller Suchmaschinen legt sehr viel Wert auf einen repräsentativen, relevanten und seriösen Suchindex. Es werden Millionen und Abermillionen für hochqualifiziertes Personal und ausgeklügelte Suchalgorithmen ausgegeben, mit dem Ziel Missbrauch und Manipulationsversuche aufzudecken. Einmal als unseriös gebrandmarkte Seiten fliegen in der Regel langfristig aus dem Google Suchindex.

Grundsätzliches

80 Prozent aller User sehen sich einzig die Treffer der ersten Ergebnisseite an.

Google kennt über 200 Faktoren und Bewertungskriterien zur Beurteilung der Relevanz und Güte einer Website, die auf die Platzierung Einfluss haben.

Der technische Fortschritt bei den Suchmaschinen ist teilweise rasant (Stichwort: BING.COM). Es ist durchaus möglich, dass Methoden hinfällig werden, wenn sich die technischen Rahmenbedingungen (der Suchmaschine) geändert haben.

Do's

Gute, aussagekräftige und relevante Informationen, die gut und interessant für Ihre Besucher sind, sind auch gut für die Robots der Suchmaschinen.

Standardkonformes Coding, eine saubere semantische Struktur der publizierten Informationen und der Verzicht auf technische Gimmicks, Spielereien und veraltete Techniken und Technologien (Stichwort: Frames, Tabellenlayout) erleichtern dem Robot das Erfassen Ihrer Inhalte.

Google & Co. können keine Bilder sehen. Alle Informationen, die Sie ausschließlich in Bildern vorhalten, sind verloren. Wohl aber erfassen Suchmaschinen die Beschreibungen und Alternativtexte der Bilder. Aussagekräftige "alt=" und "title=" -Tags gehören zu jedem Bild dazu.

Eine aktuelle bzw. regelmäßig und häufig aktualisierte Website wird i.d.R. besser bewertet als eine Dateileiche. Wenn Sie keine eigenen Informationen haben, können Sie Newsfeeds Dritter einbinden, das steigert Ihre eigene Aktualität. Aussagekräftige Domains, die ein oder mehrere relevante Schlüsselwörter enthalten. (steuerberater-muenchen.de ist relevanter als kanzlei-mustermann.de).

Eindeutige und aussagekräftige Titel jeder einzelnen Seite (Steuerberatung München - Unsere Preise für Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung ist relevanter als Preise oder Home oder noch schlimmer: Unbekanntes Dokument). Benutzen Sie Meta-Tags: Die wenigsten sind zwar für die Bewertung durch Suchmaschinen relevant, im Sinne eines vollständigen und gut strukturierten Dokuments gehören Sie jedoch dazu. Nicht verzichten sollten Sie auf das "robots"-Tag ("index-follow") und auf das Datum der letzten Änderung der Seite.

Relevante Schlüsselwort-Kombinationen und -phrasen: Bahnhof München Pasing oder Friseur München Schwabing ist relevanter als Bahnhof oder Friseur.

Aussagekräftige Linktexte (Unsere Preisliste für Modelleisenbahnen ist besser als Hier klicken)

Eine hohe Seitenanzahl und mit viel Text zu einer Thematik gilt nach Google-Kriterien als hochwertig. Die Größe einer Seite vermittelt Kompetenz und unterstreicht Ihren Expertenstatus. Schreiben Sie trotzdem keine Romane, die Ihre Besucher langweilen. Achten Sie bei langen Texten darauf, dass die wichtigen Schlüsselwörter im Gesamttext gut verteilt vorkommen. Zur besseren Lesbarkeit von Texten verwenden Sie "Teaser" mit einer Kurzbeschreibung des nachfolgenden Textes.

Sinnvolle Schlüsselwort-Dichte (Keyword-Density) in allen Textinformationen Ihrer Seite, vermeiden Sie jedoch Keyword-Spam!

Suchmaschinen bevorzugen die "alteingesessenen" Webseiten. Verzichten Sie daher bei Aktualisierungen auf Veränderung bei Domainnamen, Verzeichnisse oder Dateinamen.

Eine zugängliche, barrierearme Seite ist nicht nur gut für gehandicapte Besucher und Exoten-Browser - auch Google & Co. Werden die Zugänglichkeit zu schätzen wissen.

Layoutinformationen und Scripte raus aus der Seite und in externen Dateien vorhalten. In die Seite gehören ausschließlich Information und Markup. Das macht die Seite schlank und erleichtert dem Robot das Auffinden relevanter Informationen.

Sehen Sie zu, dass Sie sog. "Backlinks" bekommen, also Verlinkungen von anderen Seiten - aber bitte an die Relevanz denken: Qualität geht vor Quantität! Branchenverzeichnisse, Lieferanten, Kunden, Hersteller, Fach- und Presseportale sollten auf Ihre Seite verlinken, auf Links von Allerwelts-Linklisten oder Gartenzwergvereinen können Sie verzichten (es sei denn, Sie stellen Gartenzwerge her...). Darüber hinaus profitieren Sie von der Bewertung der zu Ihnen verlinkenden Seite: Hochfrequentierte, gut bewertete Seiten sind auch für Sie gut... (Linkpopularität, IP-Popularität). Auch ausgehende Links zu themenrelevanten Seiten unterstreichen Ihren Expertenstatus und fließen in die Bewertung ein.

Erstellen Sie eine robots.txt mit detaillierten Anweisungen für die Robots, welche Verzeichnisse dürfen durchsucht werden, welche nicht etc.

Erstellen Sie eine Google-Sitemap. Sie erleichtern damit dem Robot das Auffinden von Inhalten. Achten Sie jedoch darauf, dass eine Sitemap regelmäßig aktualisiert werden muss!

Benutzen Sie eigene Fehlerseiten für Serverfehler ("404", "500" etc.). Diese Seiten können den Robot wiederum mit relevanten Informationen versorgen.

Installieren Sie Tracking- und Analysetools (z.B. Google Analytics). Das ist bislang kostenlos und Sie haben immer einen Überblick, wo Sie mit Ihrer Seite stehen, was die Besucher auf Ihrer Seite machen und wie sie zu Ihnen gefunden haben.

Melden Sie Ihre Seite bei Yahoo und dem Open Directory Project (DMOZ) an. Das sind personell gepflegte Web-Kataloge, der Eintrag kann also dauern. Ein Backlink aus diesen Katalogen unterstreicht jedoch Ihre Wichtigkeit und wird recht hoch bewertet.

Kolportieren Sie Ihre Informationen mit den Möglichkeiten des "Social Web", also Twitter, Facebook, Xing, Mr. Wong, etc.

Don'ts

Technische Gimmicks, irrelevante Spielereien, wichtige Informationen in proprietären Technologien (Flash). Wenn Ihre Besucher einen Film sehen wollen, sollten Sie ins Kino gehen.

Dorway-Pages, Satellitenseiten ohne eigene Inhalte und Linkfarmen: Einmal entdeckt wird Google Sie hart bestrafen. Im Klartext: Ihre Seite verschwindet in den Tiefen des Google-Index oder fliegt ganz raus.

Gekaufte Links: Problematisch und meist irrelevant. Und außerdem: Siehe oben.

Versteckte Texte: Suchmaschinentricks aus der Mottenkiste, lassen Sie es!

Keyword-Spam: Verzichten Sie darauf, Keywords inflationär und zum Nachteil des Besuchers einzusetzen. Google wird es bemerken und die entsprechenden Schlüsse ziehen.

Cloaking: Verzichten Sie darauf, den Robot mit einer speziellen Seite täuschen zu wollen, er wird es bemerken und Ihre Seite wird im Nirvana verschwinden.

Billige Kopien, Duplicate Content: Vermeiden Sie Kopien und doppelte Inhalte unter unterschiedlichen Adressen, Google wird das negativ bewerten. Dazu zählt auch, dass identische Inhalte unter verschiedenen Domains bzw. unterschiedlichen Seiten innerhalb einer Domain angezeigt werden.

Lange Ladezeiten sind nicht nur ein NoGo für Ihre Besucher, der Robot könnte Ihre Seite als inaktiv bewerten.
Häufiges Anmelden (Ping) bei Suchmaschinen

Mythen und Legenden

Webseite bei vielen Suchmaschinen anmelden: Irrelevant, da Google über 90 Prozent aller Suchanfragen verarbeitet. "Rufen Sie nicht an, wir rufen Sie an!" Google findet sie über Links zu ihrer Seite. Auf Platz 2 und 3 folgen Yahoo (neuerdings mit Microsoft-Technologie) und BING (MSN), die Krümel teilen sich "kleine" Anbieter, Telekom, AOL und wie sie alle heißen - und die z.T. auf Google-Technologie zurückgreifen.

Hoher Pagerank = Vordere Plätze in den SERPs: Achten sie auf ihre Inhalte und nicht auf den sog. "Pagerank". Der ist ein virtuelles Bewertungskriterium und kommt ganz von selbst, wenn die o.g. Punkte beherzigt werden.

Suchmaschinen können keine URL-Parameter verwerten: Auch URL's wie "max-mustermann.com?id=1&par=2&val=3" werden mittlerweile korrekt und vollständig indexiert. Da sich derlei Parameter jedoch schnell ändern können, ist die Lösung "max-mustermann.com/relevante-datei.html" einfach sauberer.

Adwords verbessern automatisch die natürlichen Suchergebnisse: Es besteht kein messbarer Zusammenhang zwischen bezahlten Anzeigen und den natürlichen Suchergebnissen, der sich auf die Bezahlung zurückführen liesse. Natürlich erhöhen sich die Klickraten, wenn eine Seite auf "2 Baustellen" anzutreffen ist.

Stop-Zeichen im Seitentitel "|": Auch der nachstehende Text wird selbstverständlich eingelesen. Allerdings wird nur eine begrenzte Anzahl Zeichen erfasst - also keine Romane im Seitentitel!

Buchtip:

Für den Überblick: Lukas Stuber - Suchmaschinen-Marketing (ISBN 3-280-05102-9)

Zum Vertiefen: Sebastian Erlhofer - Suchmaschinen-Optimierung für Webentwickler (ISBN 3-89842-620-3)

Portrait

TAGWORX.NET ist ein gemeinsames Projekt von Michael Schmidt und Sergey Malyschew - beide mit jahrelanger Projekterfahrung im industriellen Umfeld - und versteht sich als offenes, interdisziplinäres und unabhängiges Netzwerk professioneller und kreativer Webworker.

TAGWORX.NET konzipiert und realisiert standardkonforme Webapplikationen. Die am Projekt beteiligten Fachleute verfügen über die Kompetenz und das Wissen, abseits vom Mainstream wirklich professionelle Lösungen zu entwickeln. Das Unternehmen sieht sich als Anlaufstelle für Usability/Accessibility und bietet ein umfangreiches Informations- und Leistungsangebot zum Thema professionelle Suchmaschinenoptimierung. TAGWORX.NET-Kunden können sich auf fundiertes Wissen stützen, wenn es darum geht, Unternehmenskommunikation mit neuen Technologien zukunftssicher zu orientieren.

News-ID: 334203 • Views: 1615 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/334203/SEO-selbermachen.html>