

## 10 populäre SEO-Irrtümer

15.01.2010, 12:27 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Seite 1-Suchmaschinenoptimierung*

---



Seite 1-Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung (SEO) gibt es praktisch so lange wie Suchmaschinen selbst. In der alltäglichen Praxis zeigt sich aber, dass auch im Jahr 2010 noch zahlreiche Missverständnisse und Mythen zum Thema SEO umhergeistern. Hier die Hitliste der 10 häufigsten und hartnäckigsten SEO-Irrtümer.

**Irrtum Nr. 1:** Bei Suchmaschinenoptimierung denken die meisten nur an die Optimierung von Webseiten – und vergessen, dass Firmen ihren Google Maps-Eintrag leichter optimieren und so sogar von heute auf morgen auf die erste Google-Seite (für Branche + Stadt) kommen können: Die Google Maps-Top 7 werden ÜBER bzw. VOR den Top 10-Webseiten angezeigt!

**Irrtum Nr. 2:** Werbeagenturen und Webdesigner legen ihren Kunden nicht selten Besucherstatistiken für die von ihnen betreuten Webseiten vor – ohne darauf hinzuweisen, dass der Großteil der Besucher nicht menschlicher Natur ist. Ob absichtlich oder unwissentlich: Webseiten werden regelmäßig auch von „Automaten“ der Suchmaschinen, der E-Mail-Sammler, der Content-Kopierer, der Konkurrenz-Kontrolleure usw. besucht. Wem als Website-Betreiber gesagt wird, dass er „eigentlich genügend“ Besucher habe und keine (weitere) Suchmaschinenoptimierung (sondern Webdesign) nötig sei, sollte unbedingt prüfen, ob das für die Besucheranalyse verwendete Programm zwischen Mensch und Maschine unterscheidet.

**Irrtum Nr. 3:** Viele denken, dass Suchmaschinenoptimierung die Optimierung des Quelltexts (Programmiercodes) für Suchmaschinen ist – und glauben deshalb, dass man einen Spezialisten dafür braucht. Suchmaschinenoptimierung ist

aber vielmehr die Optimierung der für (menschliche) Besucher sichtbaren Inhalte. Deshalb kann man seine Webseiten - mit einem sog. Content Management System - heutzutage sogar ohne Programmierkenntnisse Suchmaschinen-optimal erstellen und pflegen.

Irrtum Nr. 4: Viele denken, dass die Suchmaschinen-Rankings v. a. über die Inhalte AUF Webseiten ermittelt werden. Falsch! Noch wichtiger für gute Google-Rankings sind die Links ZU einer Webseite, die sog. Backlinks. Man unterscheidet deswegen auch zwischen On Page- und Off Page-Optimierung.

Irrtum Nr. 5: Viele denken, dass bei Backlinks die Quantität wichtiger ist als die Qualität. Falsch! Die Bedeutung eines Backlinks (bzw. die Verlinkungspopularität einer Webseite) wird mit einer Zahl von 0 (wenig populär) bis 10 (sehr populär), dem sog. PageRank (PR), ausgedrückt. Weil die PR-Skala nicht linear, sondern logarithmisch verläuft, ist ein Backlink mit PR 5 demnach in etwa so bedeutend wie 1.000 Backlinks mit PR 1.

Irrtum Nr. 6: Viele denken, der PageRank kann nicht (mehr) so wichtig sein für den Google-Algorithmus – sonst wären meine Google-Platzierungen nicht gleich geblieben nachdem mein PageRank sich geändert hatte. Irrtum! Obwohl die Anzeige (von 0 bis 10 in ganzen Zahlen) nur etwa alle 3 Monate aktualisiert wird, rechnet Google intern immer mit dem tagesaktuellen PageRank-Wert (inkl. Nachkommastellen). Eine neue PageRank-ANZEIGE allein kann also gar nichts ändern an den Google-Rankings.

Irrtum Nr. 7: Agenturen und v. a. Link-Broker vermitteln immer den Eindruck, dass viele Backlinks besser sind als wenige. No! Auch bei den neben dem PageRank für den Wert eines Backlinks wichtigen Faktoren (wie dem Linktext und der Herkunftsseite) kommt es weniger auf die Menge als vielmehr auf die Unterschiedlichkeit und inhaltliche Relevanz für die Zielseite an. Ein abwechslungsreiches Linkprofil wirkt natürlich, sieht nach freiwilliger Verlinkung aus und spricht deshalb für die Qualität der Inhalte auf der Zielseite. Ein Linkportfolio mit vielen Backlinks aus dem unteren Bereich von inhaltlich irrelevanten Webseiten wirkt zusammengekauft – und wird von Suchmaschinen entsprechend gewertet.

Irrtum Nr. 8: Viele denken, Ziel der Suchmaschinenoptimierung sind bessere bzw. „gute“ Suchmaschinen-Rankings. Zu kurz gedacht! Bei professioneller Suchmaschinenoptimierung geht es in erster Linie um mehr (menschliche) Website-Besucher. Einfach nur „gute“ Rankings reichen aber nicht. Denn nur 10% der Klicks entfallen auf die Treffer auf Seite 2 und folgende. Und von den Klicks auf Seite 1 entfallen 70% auf die drei Podestplätze.

Irrtum Nr. 9: Die Annahme, dass ein Google-Podestplatz automatisch ein Hauptgewinn ist, ist eine Michmädchen-Rechnung. Denn letztlich geht es nicht nur um mehr Traffic, sondern vielmehr um die Umwandlung von Suchern über Besucher zu Interessenten bzw. Kunden. Suchmaschinenoptimierung lohnt sich also - ähnlich wie die Google-Textanzeigen (AdWords) - nur mit nutzerfreundlich bzw. zielführend gestalteten „Landeseiten“.

Irrtum Nr. 10: Viele glauben, dass ein Podestplatz für Ein-Wort-Sucheingaben nicht nur die meisten Besucher, sondern auch den meisten Umsatz bringt. Die Zeiten ändern sich! 2009 suchten nur noch knapp 20% mit einem Wort und insgesamt fast 75% mit zwei, drei oder vier Worten. Abgesehen davon sind die Umwandlungsraten von Besuchern, die mit mehreren Wörtern bzw. Phrasen ganz gezielt gesucht haben, wesentlich höher.

Weitere populäre SEO-Irrtümer inklusive Auflösung auf [s1-suchmaschinenoptimierung.de](http://s1-suchmaschinenoptimierung.de)

## Portrait

Seite 1-Suchmaschinenoptimierung mit Spezialisierung auf die Optimierung von Homepage und Brancheneintrag für Selbstständige und KMU ist bekannt für das Online-Tutorial „Suchmaschinenoptimierung leichtgemacht - 96 SEO-Tipps für Einsteiger und Fortgeschrittene“ und deutschlandweit in 7 Großstädten vertreten.

---

News-ID: 387573 • Views: 1902 (Stand: 04.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/387573/10-populaere-SEO-Irrtuemer.html>