

SUCHMASCHINEN-OPTIMIERUNG

Zielgerichtet optimiert

Eine gute Platzierung von Webseiten bei Suchmaschinen kann die Reichweite erhöhen.

Das Hauptziel einer Suchmaschinen-Optimierung ist eine bessere Sichtbarkeit des eigenen Webangebotes für aktuelle und potenzielle Nutzer. Die zentralen Fragen lauten: Wie kann man bei den Suchmaschinen besser gefunden werden? Wie komme ich nach Möglichkeit auf Platz eins des Ergebnis-Rankings? Wie verbessern sich meine Ergebnisse im allgemeinen SEO-Ranking?

Konkret bezieht sich die Optimierung dabei auf verschiedene Formen der Internetsuche, zum Beispiel die Bilder-, Video-, Nachrichtensuche etc. Eines gleich vorweg: Die absolut richtige Strategie beziehungsweise ein stets funktionierendes Patentrezept gibt es nicht. Es ist vielmehr das Ergebnis einer Summe von kleinen Einzelmaßnahmen.

Ebenso darf man niemals vergessen: SEO ist eine moderne Form des Marketings, das heißt, konkret des Online-Marketings in eigener Sache. Wir bewerben also das eigene Internetangebot unter der Vielzahl konkurrierender Seiten. Wie bei anderen (digitalen) Produkten auch wird letztendlich die Qualität des Produktes auf lange Frist für einen Erfolg entscheidend sein.

Nur wenn die Inhalte die potenziellen Nutzer ansprechen, diese interessieren und für sie einen Mehrwert darstellen, wird die Seite immer wieder aufgerufen werden und die Bekanntheit wird langfristig zunehmen. Andererseits gilt auch: Das inhaltlich beste Angebot ist nutzlos, wenn es niemand kennt und nutzt. Dafür soll SEO mit seinen Maßnahmen sorgen.

Kurzer Überblick

Bei der SEO (Search Engine Optimization) handelt es sich um alle Maßnahmen, welche dazu geeignet sind, möglichst gut in den organischen Ergebnissen der Suchmaschinen gefunden zu werden. An dieser Stelle muss man eine weitere Abgrenzung vornehmen: SEO ist von den Anzeigen in Suchmaschinen abgrenzen. Hier zahlt man für eine gute Platzierung, in Form von einer gekauften Werbeanzeige. Platzierte Werbung, auch als SEA (Search Engine Advertising) bezeichnet und SEO (Search Engine Optimization) fasst man zum Oberbegriff SEM (Search Engine Marketing) zusammen.

Geht es um SEO, dann ist die Analyse relevanter Suchbegriffe sehr wichtig. Eine zielgerichtete Keyword-Recherche steht somit am Anfang aller SEO-Bemühungen. Dabei werden die passenden Suchbegriffe recherchiert und analysiert. Im nächsten Schritt muss aus der Vielfalt der möglichen Such-

Apfelkuchen Rezepte | Chefkoch.de

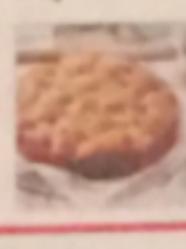
<https://www.chefkoch.de/rs/0/apfelkuchen/Rezepte.html>



Apfelkuchen - Wir haben 1 679 schmackhafte Apfelkuchen Rezepte für dich gefunden! Finde was du suchst - unkompliziert & gut. Jetzt ausprobieren mit ...

Einfacher Apfelkuchen Rezept | LECKER

<https://www.lecker.de/einfacher-apfelkuchen-6934/.html>



★★★ Bewertung: 3.6 - 691 Abstimmungsergebnisse - 1 Std. - Kalorien: 270
Einfacher Apfelkuchen ist der Klassiker unter den Kuchenrezepten. Du kannst ihn ganz leicht mit unserem Rezept selber backen. Deine Gäste werden sich ...

Apfelkuchen Rezepte | DasKochrezept.de

<https://www.daskochrezept.de/apfelkuchen-rezepte>



417 Apfelkuchen Rezepte einfach gemacht, überzeugend lecker! → Entdecke dein Lieblingsrezept und weitere tolle Ideen auf DasKochrezept.de.

Rich Snippets sollen den Nutzer zu einem Klick auf das Ergebnis motivieren (Bild 1)

begriffe eine Zusammenstellung der wichtigsten Keywords erfolgen. Diese Auswahl basiert auf statistischen Erfahrungswerten. Welche Begriffe werden von den potenziellen Nutzern des Internetangebotes am meisten für eine Suche verwendet? Das monatliche Suchvolumen, die erwartete Konversionsrate und die Wettbewerbsintensität des Suchbegriffes sind für die Bewertung des Keywords entscheidend. Ohne Keywords sind keine Maßnahmen des SEO machbar.

Bei der Suchmaschinen-Optimierung kann man zwischen der On-Page- und Off-Page-Optimierung unterscheiden. Unter On-Page-Optimierung versteht man alle Maßnahmen, welche man auf der eigenen Webseite umsetzen kann. Ganz wichtig ist hier der eigentliche Inhalt, in der Regel in Form von Texten. Ebenso spielen aber auch Bilder, Seitenstruktur, Ladezeiten und Usability eine wichtige Rolle. Die Off-Page-Optimierung umfasst alle externen Faktoren, welche außerhalb der Webseite liegen.

Gerade der Punkt externe Verlinkung ist hier wichtig. Damit wird das eigene Webangebot Teil eines umfassenden Netzwerkes. Idealerweise bildet die Seite das Zentrum zu einem Thema und zwingt damit den Nutzer und damit auch die Suchmaschine immer wieder zum Zentrum zurückzukehren. Andere Seiten sollen nach Möglichkeit auf unsere Seite verweisen.

Oft verkürzt man die Maßnahmen von SEO mit dem ersten Platz im Suchmaschinenranking. Dieses Verständnis greift jedoch zu kurz. Es ist viel besser, bei relevanten Themen auf einer guten Position in den wichtigen Suchmaschinen angezeigt zu werden. Mit anderen Worten: Statt einmalig Platz 1

ist eine mehrfache Podiumsplatzierung bei Suchanfragen ein besseres Ergebnis.

Ein wichtiges erstes Hilfsmittel sind Rich Snippets. Ihr Ziel ist es, den Nutzer zu einem Klick auf das Suchergebnis zu motivieren (**Bild 1**). Das Ziel der SEO ist umfassend: Es geht um die inhaltliche Übereinstimmung zwischen dem Suchbegriff, Rich Snippets und der wirklichen inhaltlichen Relevanz der Webseite. Ein Nutzer sucht über ein Keyword nach bestimmten Inhalten. Er wird über SEO auf unsere Webseite geführt. Nun kommt die spannende Frage: Wird er hier finden, was er sucht? Das Keyword darf keine Inhalte suggerieren, die nicht wirklich geboten werden.

Stimmt oder stimmt nicht?

Jeder möchte in den Suchergebnissen ganz oben sein. Das Thema SEO wird heute auf vielen Internetforen und Blogs, also in der Community, heiß diskutiert. Man findet viele Tipps und Tricks, welche versprechen ganz schnell den Weg auf Platz 1 zu finden. Viele Hinweise sind nicht zielführend, so dass man schnell enttäuscht ist. Einige Beispiele sollen näher erläutert werden.

Bei SEO geht es nur um Ranking und einen hoher Page-Rank ist das Maß aller Dinge: Stimmt oder stimmt nicht? Stimmt nicht ganz. Bei SEO geht es nicht nur um das Ranking. Suchmaschinen-Optimierung beinhaltet viele andere Bereiche, unter anderem Usability, User Experience, Content-Marketing, Webseitenstruktur. In der Tat ist der Page-Rank nur ein Indikator für die Verlinkung einer Webseite im Internet. Dieser Indikator wird jedoch nur zwei Mal im Jahr aktualisiert und ist deswegen relativ ungenau. Ebenso lässt sich die Anzahl der Besucher daraus nicht direkt ablesen.

Am besten soll die Webseite bei möglichst vielen Suchmaschinen angemeldet werden: Stimmt eher nicht, denn es gibt nur wenige Suchmaschinen, welche für den konkreten Fall wirklich relevant sind. Man sollte sich dagegen auf wesentliche Suchangebote konzentrieren. Kostenpflichtige Angebote halten hier meist nicht, was sie versprechen. Gute Suchmaschinen sind kostenlos, nehmen die Webseite automatisch und ohne Anmeldung auf.

Suchmaschinen-Optimierung wird ganz am Anfang bei der Erstellung einer Webseite gemacht: Stimmt nur bedingt, denn Suchmaschinen-Optimierung ist ein kontinuierlicher Prozess, welcher fortgeführt wird. Es stimmt schon, dass die grundlegenden Sachen ganz am Anfang gemacht werden, ansonsten sind fortlaufende Verbesserungen notwendig.

Die wichtigsten Suchbegriffe müssen Meta-Keywords enthalten, um ein besseres Ranking zu erreichen: Diese Annahme stammt aus den früheren Zeiten. Es war mal eine gute Methode, um eine bessere Position in den Suchergebnissen zu bekommen. Durch die Verwendung von sehr vielen Begriffen oder die Eingabe von unpassenden Keywords wurde diese Methode oft missbraucht. Aus diesem Grund werden heutzutage die Meta-Keywords von vielen Suchmaschinenbetreibern nicht mehr ausgewertet.

Man braucht sehr viele Links, um ein gutes Ranking zu erreichen: Es stimmt schon, dass Links für eine gute Platzierung sehr wichtig sind. Aber, nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Links ist entscheidend.

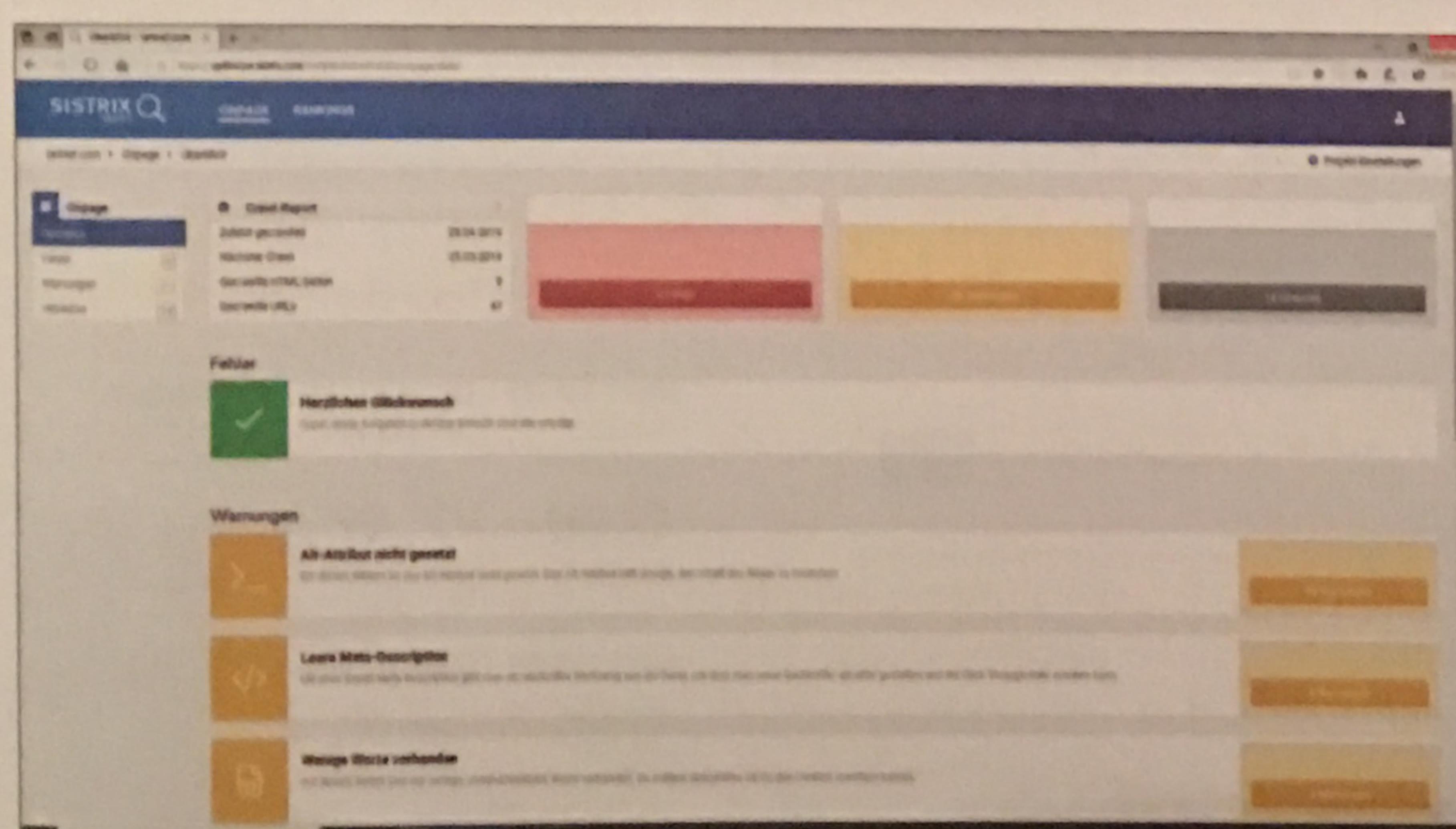
Mit Social Media zum Platz 1: Es gibt die Gerüchte, dass die Verbreitung einer Webseite in den sozialen Netzwerken einen direkten Einfluss auf ihre Platzierung hat. Das stimmt jedoch nur bedingt. Es sind nicht die Anzahl der Fans oder Tweets für die Popularität eines Webangebotes verantwortlich. Entscheiden ist der Inhalt, also, Content is King. Wenn Sie hochwertige Information auf Basis einer Keywords-Recherche erstellen und diese auf Begeisterung und eine Verbreitung durch die Zielgruppe stoßen, so werden auch die Suchmaschinen die Bemühungen schätzen.

Google Ads bringen ein besseres Ranking in den organischen Suchergebnissen: Das stimmt nicht. Google Ads und die Google Suchmaschine sind zwei unterschiedliche Produkte. Durch die Schaltung von Anzeigen erhält man kein besseres Ranking. Allerdings führen Anzeigen dazu, dass die Webseite möglicherweise ganz oben in den Ergebnissen erscheint und damit mehr Trafik generieren kann. Werbung ist jedoch gekennzeichnet.

Sitemaps sind für das Ranking relevant: Sitemaps sind wichtig, um komplexe Webangebote besser zu crawlern und zu interpretieren. Dem Webmaster geben Sitemaps über die Search Console wertvolle Informationen über die URLs. Auf das Ranking haben Sitemaps jedoch kein Einfluss.

Je öfter die Seite gecrawl wird, desto besser ist das Ranking: Eine gute interne Verlinkung und eine klare Struktur einer Webseite sind für das Crawlen wichtig. Im Falle einer Änderung, kann man die aktuellen Inhalte mittels Sitemap und Search Console schneller indexieren lassen. Ansonsten hat ein häufiges crawl keinen Einfluss auf das Ranking.

Einige Experten behaupten, dass SEO tot ist beziehungsweise dessen Bedeutung immer mehr abnimmt. Um den Usern die besten Suchergebnisse zu präsentieren und er- ►



Sistrix Smart ist die kostenfreie Variante, welche sich an SEO-Einsteiger und Webmaster mit kleineren Projekten richtet (**Bild 2**)

folgreich zu bleiben, verändert Google ständig seine Methode, um Seiten im Ranking zu platzieren. Die Maßnahmen des SEO müssen daher dieser Entwicklung stetig angepasst werden. Bedeutungslos ist SEO auf keinen Fall.

Toolbox der SEO

SEO-Tools sind bei der Suchmaschinen-Optimierung wichtig. Sie helfen eine fundierte Analyse durchzuführen und dann anhand von Daten und deren Auswertungen mögliche Verbesserungen anzustoßen, um bessere Rankings zu erzielen. Es gibt sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Angebote.

Die Frage, ob die kostenlosen Tools genügen, kann man nur individuell beantworten. Es hängt von vielen Faktoren ab, zum Beispiel der Umfang der betreffenden Webseite, die Komplexität etc. SEO-Tools zielen auf eine Überprüfung von SEO-Maßnahmen und auf Entdeckung von Fehlern. Anhand von wichtigen Kennzahlen, wie zum Beispiel die Klickrate, die Konversionsrate, die Absprungrate und die Domainpopularität bekommt man einen Einblick. Die Tools sind unterschiedlich aufgebaut und fokussieren meist auf einen Indikator. Nur wenige Tools können viele Aufgaben gleich gut erledigen. Ein paar Beispiele zu SEO-Tools sollen nachfolgend vorgestellt werden.

Ryte Website Success

Ryte Website Success (<https://de.ryte.com/>) ist ein Tool zur On-Page-Analyse, welches die Webseite anhand einer Best-Practice-Checkliste untersucht. Es geht hauptsächlich darum, die Webseite nach versteckten Fehlern zu durchleuchten. Optimierungspotenziale werden in einer priorisierten Liste angezeigt. Sowohl die Qualität der Webseite und des Contents als auch die technischen SEO-Aspekte werden dabei untersucht. Das Tool prüft nicht nur den Erfolg von bereits bestehenden Inhalten, sondern schlägt sogar neue Themen vor und unterstützt damit beim Erstellen von Texten. Man erhält Vorschläge zu neuen und spannenden Themen für die Zielgruppe. Man kann das Tool kostenfrei testen. Die Vollversion ist ab circa 90 EUR je Monat erhältlich.

SEMrush (www.semrush.com/sem/) ist ebenso ein On-Page-Analyse SEO Tool. Es verspricht ein 100-seitiges Audit einer Webseite kostenfrei in fünf Minuten zu erstellen. Das Tool funktioniert schnell und liefert ein klares Ergebnisbild. Es ist individuell einstellbar und ermöglicht es den aktuellen Stand der Webseite sogar fortlaufend zu überwachen. Die Lizenzkosten betragen 99 US-Dollar je Monat.

Sistrix (www.sistrix.de) ist das Tool zur Sichtbarkeitsanalyse und das meistgenutzte Werkzeug der SEO-Profis. Der sogenannte Sichtbarkeitsindex steht für die Sichtbarkeit einer Webseite bei der Google-Suche. Es ist dementsprechend bestens geeignet, um den Erfolg von SEO-Maßnahmen zu

Larinet.com - Übersicht

Projektübersicht Crawlingplanung Keyword Planung

Projektübersicht

Projektname: Larinet.com
Crawling Zeitraum: 2014-09-01 bis 2014-09-18
Erstellt am: 2014-09-01 17:14
Zuletzt: 2014-09-01 17:14

Live Crawling Übersicht

Crawling Protokolle

2014-09-01 00:00:40 - 2014-09-01 00:00:40 - https://www.larinet.com
2014-09-01 00:00:39 - 2014-09-01 00:00:39 - https://www.larinet.com/

Zur Live-Pausierung

Durchgeführt wurde der crawling mit dem Ziel der Erstellung einer detaillierten Analyse des Webinhalts. Die Ergebnisse sind in den Crawlingprotokollen und den Analyseberichten zusammengefasst.

Durchgeföhrte Crawlings

Start	Ende	Angekautene Seiten	Analysierte Seiten	Status
2014-09-01 00:00:40	2014-09-01 00:00:40	0	0	OK

Projekt Funktionen

- Projekt erstellen (grün)
- Projekt bearbeiten (rot)
- Projekt löschen (blau)
- Projekt exportieren (orange)

Projekt Checkliste

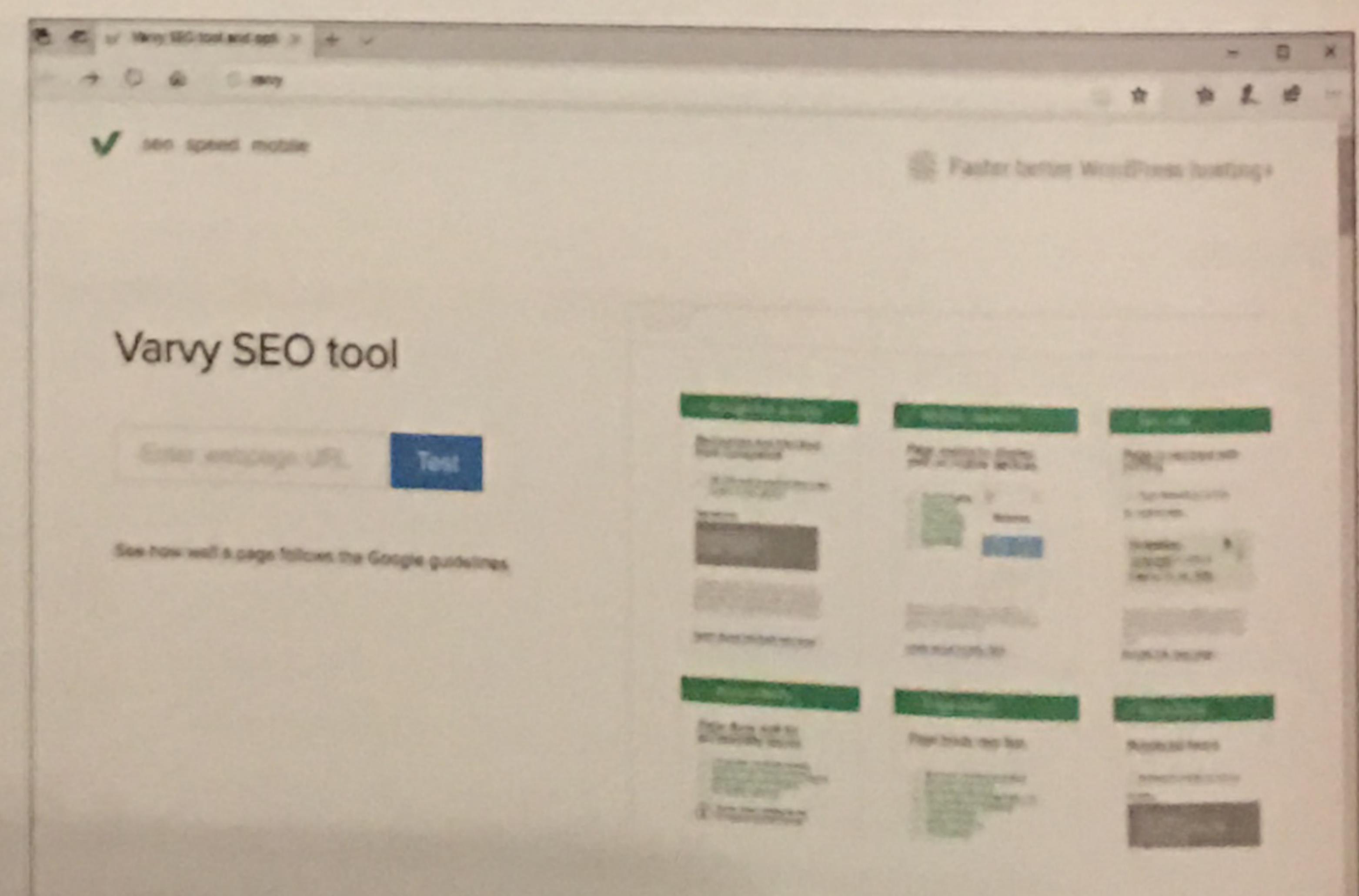
Zeichenkettenanalyse	Ok
Durchsuchtswort	Ok
Redirekt für alle	Ok
Durch Antwortzeit	Ok
Durch JavaSript Content	Ok
Durch CSS Selector	Ok
Unter für Einzelne	Ok
Domain auf Blacklist	Ok
Sprachprüfung	Ok
Komprimierung	Ok
Software Version	Ok

Copyright © 2014 Larinet AG. All rights reserved.
www.larinet.com

SeoBit-SEO Check liefert die Daten gut aufbereitet und überschaubar (Bild 3)

überprüfen und zu bewerten. Ein hoher Indexwert steht für eine gute Sichtbarkeit. Der Sichtbarkeitsindex ist für neun europäische Länder und die USA erhältlich. Der Sistrix Sichtbarkeitsindex wird seit dem 25.02.2008 wöchentlich und mittlerweile auch täglich für jede Domain errechnet, welche nennenswerte Rankings in den Suchergebnissen von Google.de vorweisen kann. Die Sistrix Toolbox besteht aus sechs Modulen: SEO, Universal, Links, Ads, Social und Optimizer. Das SEO-Modul bildet dabei das Grundmodul. Hier sind unter anderem folgende Funktionen enthalten: Sichtbarkeitsindex, Rankingüberwachung, Konkurrenzanalysen und Keyword-Recherche. Das SEO-Modul von Sistrix kostet 100 Euro je Monat. Sistrix Smart ist die kostenlose Variante, welche sich an SEO-Einsteiger und Webmaster mit kleineren Projekten richtet (Bild 2).

Das Werkzeug Seobility SEO Check (www.seobility.net/de/) führt eine Analyse einer Webseite auf alle wichtigen Kri-



Varvy ist ein kostenfreies und umfangreiches SEO Tool (Bild 4)

Lernen, Verstehen, Anwenden



Domain-Driven Design mit PHP

Trainer: Stefan Priebsch



Serverless Computing

Trainer: Jan Fellien



Einstieg in Python

Trainer: Mike Bild



Deployment für PHP-Projekte

Trainer: Arne Blankerts



Zend Framework 3

Trainer: Ralf Eggert



App-Entwicklung mit Xamarin

Trainer: Sebastian Seidel



ASP.NET MVC und Web API

Trainer: David Tielke

••• Termine nach Absprache •••

Weitere Informationen unter
developer-media.de

terien zur Einhaltung von Suchmaschinen Richtlinien durch. Das Tool bietet ein Crawling und eine On-Page Analyse der kompletten Webseite, errechnet das Google Ranking und erstellt einen Wettbewerbsvergleich und führt eine Backlink Analyse durch. Das Tool bereitet die Daten gut und überschaubar auf (Bild 3). Der Basis Account ist kostenfrei, eine erweiterte Version für professionelle Webseiten gibt es ab 39,90 Euro je Monat.

Varvy

Bei Varvy (<https://varvy.com/>) handelt es sich um ein kostenfreies SEO Tool. Es liefert umfassende Analysen, welche sich an den Google Guidelines ausrichten. Gleich nach dem Start kann man einen Check auf Einhaltung der Google Webmaster-Guidelines durchführen (Bild 4). Die Ergebnisse sind grafisch gut aufbereitet: Diese werden nach dem Ampelsystem geordnet, so dass man gleich erkennen kann, wo Verbesserungspotenzial vorhanden ist. Bemerkenswert ist, dass zu jedem Thema der Webseiten-Optimierung ein Fachartikel vorhanden ist. Dieser erläutert umfassend, worum es im betreffenden Punkt geht. Das Tool ist deswegen sehr gut für Einsteiger geeignet.

Keyword Tools

Keyword Tools helfen passende Suchwörter für die Seite zu finden und zu analysieren. Sie zeigen an, wie oft ein Begriff pro Monat gesucht wird und wie ähnliche Keywords einzustufen sind. Sehen Sie sich zum Beispiel das Tool Keywordtool.io an. Es handelt sich um ein sehr umfangreiches Tool zum Erstellen einer Keyword Liste. Es ermöglicht sogar YouTube, Bing, Amazon, eBay, Play Store, Instagram und Twitter nach weiteren Vorschlägen durchsuchen zu lassen. Die Lizenzkosten betragen 48 bis 88 US-Dollar je Monat. Eine Alternative kann das Tool Keyword-Magic sein. Es verfügt ebenso über viele Funktionen. Auf der Basis eines Keywords erhält man eine Zusammenstellung weiterer relevanter Begriffe mit einer Einschätzung wichtiger Kriterien, wie das Suchvolumen.

Fazit

Fest steht, die Zeiten eines trickreichen SEO sind vorbei. Die Suchmaschinen sind inzwischen zu gut, als dass sie (dauerhaft) auf einfache Tricks hineinfallen würden. Was würde es auch bringen? Die Besucher würden frustriert wieder weitergehen. Eine gute und saubere Suchmaschinen-Optimierung ist jedoch legale und notwendige Maßnahmen für ein erfolgreiches Marketing in Sachen der eigenen Webseite. ■



Olena Bochkor

beschäftigt sich mit Fragen rund um die Gestaltung von Webseiten und Benutzeroberflächen für Apps der mobilen Plattformen. Weitere Informationen zu diesen und anderen Themen der IT finden Sie unter

<http://larinet.com>