



http://

Search



Whitepaper Suchmaschinenoptimierung

In den Suchmaschinen besser gefunden werden – 11 entscheidende Faktoren für ein gutes SEO-Ranking

Die Sichtbarkeit im digitalen Web ist heute oft relevanter als die Präsenz im nicht-virtuellen Arbeitsalltag. Alles findet im Internet statt: Aufträge und Bestellungen, Informationsbeschaffung, Kundenkommunikation und nicht zuletzt die Unternehmenspräsentation. Um all diese Vorgänge zu etablieren und zu fördern, ist es wichtig, dass Kunden und potentielle Interessenten Ihre Webseite oder Ihren Webshop wahrnehmen können.

Die meisten Menschen haben keine Zeit für eine ausgiebige Recherche und lassen sich lieber von Dienstleistern helfen – also Suchmaschinen wie Google oder Yahoo. Diese filtern das Web nach den gesuchten Informationen und geben diese innerhalb von Sekunden an den Fragesteller weiter. Aber wenn die Suchmaschinen Ihr Unternehmen nicht kennen, kann es auch nicht bis zu Ihrer Zielgruppe gelangen. Das Ranking der Suchmaschinen ist oftmals ausschlaggebend dafür, wie viel Traffic online zu Ihnen gelangt.

Hier setzt die Suchmaschinenoptimierung (SEO) an: Durch gekonnte Techniken sollen Webseiten darauf ausgelegt werden, von den Suchmaschinen besser gefunden und bewertet zu werden. Das bezieht sich nicht nur auf Programmierung und technische Aspekte, sondern auch auf Webinhalte wie Texte und Gestaltung. Die Suchmaschinen werden zeitgleich intelligenter und können immer besser einzelne, gekennzeichnete Elemente herausfiltern.

Damit Sie mit Ihrer Webseite erfolgreich im SEO-Bereich durchstarten können, haben wir für Sie die 11 entscheidenden Faktoren für ein gutes Ranking zusammengestellt. Mit dabei sind zudem einige Tipps, um Ihren Internetauftritt SEO-gerecht zu optimieren.

1 Keywords richtig platzieren

Dass Keywords für eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung das A und O sind, ist vielen bereits bekannt. Sie zeigen den Suchmaschinen was Ihr Unternehmen ausmacht. Doch meistens reicht es nicht aus, die Schlüsselwörter wahllos auf Ihrer Webseite zu platzieren. Je nach Element gelten andere Voraussetzungen und der Grad der Wichtigkeit schwankt. Grundsätzlich machen Keywords in folgenden Bereichen Sinn:

ÜBERSCHRIFTEN

TEXTE

BILDER

METADATEN

LINKS

Grundsätzlich ist zu beachten, dass die Suchergebnisse einzelne Seiten (auch Unterseiten) berücksichtigen, nicht die komplette Webseite an sich. Daher sollten Sie jeder Webseite eigene Keywords zuteilen, damit Ihr Unternehmen insgesamt öfter in den Suchergebnissen auftaucht. Verwenden Sie allgemeine Keywords nicht übermäßig. Suchen Sie stattdessen nach ähnlichen Wörtern und variieren Sie ihr Suchspektrum. Ihre wichtigsten Keywords sollten sich auf der Startseite befinden.

2 Headlines strukturieren

Viele Internetnutzer beurteilen einen Text (oder eine Webseite) bereits anhand ihrer Headlines und entscheiden erst danach, sich mehr damit zu befassen. Eine gut durchdachte Hierarchie der Überschriften hilft nicht nur dem Leser, die Inhalte besser zu verstehen, sondern auch den Suchmaschinen. Unterscheiden Sie zwischen Haupttitel und untergeordneten Überschriften – in die H1-Überschrift gehört auf jeden Fall ein Keyword, wenn möglich an erster Stelle. Gute Headlines sind kurz und präzise mit maximal 6 Wörtern, haben einen hohen Informationsgehalt und beinhalten Keywords.

Bedenken Sie bei Ihren Optimierungen, dass die Titel immer noch für Ihre Zielgruppe verständlich und gut lesbar sein müssen. Eine zu große Anhäufung von Schlüsselwörtern wirkt oft vage und irritiert mehr, als dass sie einen Mehrwert bietet. Schreiben Sie daher Ihre Überschriften in erster Linie für den Nutzer, aber behalten Sie die Keywords im Blick.

3 Rich Content erstellen

Auch Ihre Webinhalte können suchmaschinenoptimiert aufbereitet werden. Der Begriff „Rich Content“ bezeichnet dabei das Einsetzen von multimedialen Elementen, um eine möglichst große Vielfalt an Inhalten zu erreichen. Außerdem beurteilen die Suchmaschinen die Qualität und Einzigartigkeit Ihrer Texte. Wenn Sie dem Leser einen Mehrwert bieten, spiegelt sich das auch im Ranking wieder.

Wenn Sie Keywords in Ihre Texte einfließen lassen wollen, achten Sie darauf, dass sie diese nicht zu oft wiederholen. Eine hohe Dichte an Schlüsselwörtern kann beim Lesen stören und wird auch von den Suchmaschinen nicht positiver bewertet. Grundsätzlich können Sie als Vorlage einen Prozentsatz von ca. 2% zurate ziehen.

Der alt-Tag bei Bildern ist ebenfalls ein gutes Utensil, um Keywords zu verwenden. Suchmaschinen können Bilder nicht sehen und bewerten diese anhand ihrer Beschreibung, also dem geschriebenen Text. Wenn Sie diesen mit spezifischen Wörtern ausstatten, macht das die Bilder (und somit auch die Webseite) für Suchergebnisse attraktiver.



„Die Suchmaschinen werden zeitgleich intelligenter und können immer besser einzelne, gekennzeichnete Elemente herausfiltern.“

4 Metadaten einsetzen

Die Metadaten sind der unsichtbare Content Ihrer Webseite. Zwar können Besucher ihn nicht sehen, wohl aber die Suchmaschinen. Sobald Sie erst einmal in den Ranking-Ergebnissen auftauchen, können die Daten direkt den Suchenden beeinflussen. Zu den wichtigsten Meta Tags gehören:

Title (Titel der Webseite)

Description (Beschreibung der Webseite)

Die Schlüsselwörter sollten sich in der Beschreibung nicht zu sehr häufen. Konzentrieren Sie sich auf die wichtigsten. Aber nicht nur die gewöhnlichen Keywords spielen in den Metadaten eine Rolle – besonders die sogenannten „Proof Terms“ sind heute ein entscheidender Rankingfaktor für das Ranking. Dabei handelt es sich um Kombinationen von Begriffen, die im fachlichen Bereich oft genannt werden und somit für die Thematik eine gewisse Relevanz versinnbildlichen. Beispielsweise werden im Zusammenhang mit einem Unternehmen für Herrenunterwäsche oft die Wörter „Herren Mode“ oder „Männer Kleidung“ verwendet. Wenn diese Begriffe auf Ihrer Webseite auftauchen, suggeriert das den Suchmaschinen eine hohen fachlichen Bezug.



5 URLs sprechen lassen

Sprechende URLs beeinflussen sie dennoch die Ergebnisse in Bezug auf Nutzerverhalten. Für Besucher sind solche URL-Strukturen besser verständlich, da sie ausschließlich Wörter verwenden und keine scheinbar willkürlichen Zahlenkombinationen. Sie können außerdem den Content betonen, wenn wichtige Keywords enthalten sind.

Auch hier gilt: Knapp und prägnant ist besser als lang und umfassend. Trennen Sie einzelne Wörter mit Bindestrichen (Unterstriche werden von Suchmaschinen nicht als Worttrennung erkannt) und verwenden Sie aussagekräftige Keywords, um den Besucher sofort verständlich zu machen, was die Webseite ihm bietet.

6 Durch Backlinks bekannt werden

Externe Verlinkungen können die Reputation Ihrer Webseite deutlich verbessern. Wenn fremde Seiten mit fachlicher Kompetenz auf Sie verweisen, werten die Suchmaschinen Ihre Wichtigkeit höher und sie bekommen entsprechend bessere Suchergebnisse. Man spricht dabei von „OffPage“-Optimierung.

Aber Achtung! Schlecht gesetzte Backlinks können ein negativ konnotiertes Bild auf Ihre Webseite werfen. Achten Sie daher darauf, solche Links beispielsweise nicht in unseriösen Foren oder Spamming-Seiten zu verbreiten. Vertrauen Sie lieber auf kompetente Partner oder auf guten Content, der von alleine weiterempfohlen wird.

7 Social Signals generieren

Laut Google sind die sozialen Kontakte kein direkter Rankingfaktor (gemeint sind unter anderem Likes und Shares), jedoch geht der Trend immer mehr in Richtung individueller und persönlicher Kundenkontakt. Aktivität in den sozialen Medien kann auch eine längere Verweildauer auf Ihrer Webseite generieren, was wiederum zu besseren Suchergebnissen führt. Die Likes selbst sind zwar nicht die Ursache des Rankings, stehen aber damit in Verbindung.

Generell lohnt es sich für das Gesamtbild, in die sozialen Netzwerke zu investieren und diese regelmäßig zu pflegen. Achten Sie darauf, gerade die Kanäle auszuwählen, die auch Ihre Zielgruppe verwendet – denn Social Media erfordern Präsenz und eine schnelle Reaktion.

8 Daten verschlüsseln

Seit Beginn 2017 kennzeichnet Google Chrome Webseiten ohne sichere SSL-Verbindung als unsicher. Ein SSL-Zertifikat bedeutet, dass die Daten auf der Webseite verschlüsselt und somit vor Manipulation durch Dritte geschützt werden. Insbesondere spielt das eine Rolle, wenn Kundendaten erforderlich sind. Sichere Verbindungen werden heutzutage vom Kunden mit Qualitätsstandards gleichgesetzt und sollten daher nicht ignoriert werden.

Für Suchmaschinen ist eine verschlüsselte Verbindung mittlerweile zum Must-have geworden, ohne das die Suchergebnisse deutlich negativer ausfallen. Eine Umstellung auf SSL ist dadurch für jeden Webseitenbetreiber sinnvoll. Das Sicherheitszertifikat wird dem Nutzer durch ein grünes Vorhängeschloss links neben der URL angezeigt, oder alternativ auch an dem Kürzel HTTPS.

9 Rezensionen als Werbemittel nutzen

Bewertungen sind (ebenso wie Backlinks) eine gute Möglichkeit, um externes, unabhängiges Feedback zu generieren. Wenn Sie viele und gute Kundenrezensionen erhalten, werden die Suchmaschinen diese in die Rankings mit einbeziehen. Es stärkt Ihre Reputation, bringt mehr Traffic auf Ihre Webseite und animiert die unentschlossenen Besucher eventuell zur Kaufentscheidung.

Um schnell mehr Rezensionen zu bekommen, sollten Sie bewusst die Nutzer nach einem abgeschlossenen Auftrag oder Einkauf um eine Bewertung bitten. Zufriedene Kunden sind eine Hilfe, die man nutzen kann und sollte.

„Das Ranking der Suchmaschinen ist oftmals ausschlaggebend dafür, wie viel Traffic online zu Ihnen gelangt.“

10

In Branchenportale eintragen

Lokale Suchanfragen werden besonders durch den Trend zur mobilen Internetnutzung immer relevanter. Suchmaschinen können mittels Ortungsfunktionen relativ genau bestimmen, wo ein Nutzer sich befindet, und entsprechend regionale Lösungen anbieten. Daher empfiehlt es sich, durch Branchenbücher einen lokalen Standort festzuhalten.

Neben den allgemeinen Branchenbüchern gibt es auch fachbezogene Spezial-Branchenbücher, oft für Handwerker oder ähnliche Bereiche, die Sie eventuell nutzen können. Als Grundstein für SEO lohnt sich besonders ein Google Business Eintrag – diese besetzen oft die Top 10 der Google Rankingergebnisse. Jeder Eintrag sollte so viele Informationen wie möglich abdecken, unter anderem die Adresse, Öffnungszeiten, Kontaktdaten und eine detaillierte Beschreibung mit Bildmaterial. Vollständige Einträge vermitteln Nutzern ein gutes Bild von Ihrem Unternehmen, der minimale Aufwand wird sich langfristig lohnen.

11

Ladezeiten reduzieren

Der „Page Speed“ ist vor allem ein Kriterium für die Benutzerfreundlichkeit einer Webseite. Besonders mobile Nutzer haben wenig Geduld und erwarten, dass eine Seite schnell lädt, sonst brechen sie den Vorgang ab. Außerdem bevorzugen Suchmaschinen schnelle Seiten, die sie entsprechend öfter besichtigen als langsame. Im Durchschnitt beträgt die Ladezeit einer Webseite etwa 3 Sekunden, längere Wartezeiten werden als unangenehm empfunden.

Als Rankingfaktor fällt die Ladezeit im Gegensatz zum Content nur relativ gering ins Gewicht, sollte aber wegen der Benutzerfreundlichkeit immer in die Überlegungen miteinbezogen werden.

Unser Fazit: Content vor Optimierung!

Unter Berücksichtigung all dieser Faktoren können Sie Ihre Webseite nachhaltig für SEO fit machen. Bedenken Sie dabei, dass guter Content und benutzerfreundliche Bedienung Ihre besten Waffen im Kampf gegen die Konkurrenz sind.

Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Durch Suchmaschinenoptimierung
besser gefunden werden.

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150
oder per E-Mail an ✉ info@agentur-anmut.de