



Whitepaper Onpage Optimierung

Darum werden Sie online nicht gefunden – Die 9 größten SEO-Fehler bei OnPage-Optimierung

Suchmaschinenoptimierung (SEO) dient dazu, dass Webseiten und Shops besser von deren Zielgruppe gefunden werden. Umso ärgerlicher wird es, wenn alle Maßnahmen und Optimierungen scheinbar nichts bringen. Woran kann es liegen? Meistens sind es kleine, unnötige Fehler, die den gewünschten Traffic ausbleiben lassen.

Es ist nicht einfach, bei all den SEO-Maßnahmen den Überblick zu behalten. Viele Faktoren bewirken nur in gewissem Maße Veränderungen. Manche meinen es auch zu gut und erstellen „überoptimierte“ Seiten, welche Google mit Rankingverlust bestraft. Damit Sie die größten Fehlerquellen vermeiden können, haben wir hier für Sie die Liste mit den 9 häufigsten Fehlern im SEO OnPage-Bereich.

1 Content is King

Der Inhalt ist das Herz Ihrer Webseite. Nur was dort sichtbar ist, kann auch gefunden werden. Eine häufige Fehlerquelle ist, dass die Startseite entweder keinen oder zu wenig Text enthält – das kann den Eindruck erwecken, als hätten Sie nicht viel zu sagen und ist auch nicht benutzerfreundlich, da es den Besucher zu unnötigen Klicks auf Unterseiten zwingt, um herauszufinden, worum es auf Ihrer Seite überhaupt geht.

Ihre Webseite sollte vom ersten Blick an vermitteln, was ihr Zweck ist. Der Nutzer sollte alle wichtigen Informationen auf der Startseite finden können und neugierig gemacht werden, um dann zu entscheiden, ob er sich weiter umschauchen möchte. Der Inhalt sollte einen klaren, einzigartigen Mehrwert bieten, den man gerne lesen und verbreiten möchte. Qualitativ hoher Content erhöht die Verweildauer und sorgt damit im Endeffekt für bessere Suchergebnisse.

„Meistens sind es kleine, unnötige Fehler, die den gewünschten Traffic ausbleiben lassen.“

2 (Near) Duplicate Content

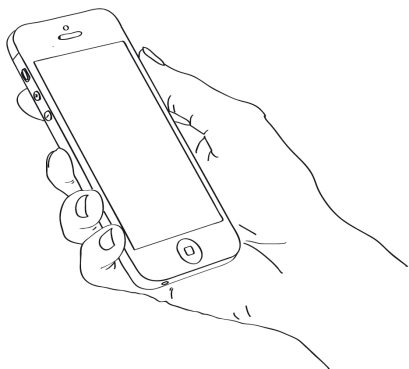
Ein ebenfalls oft auftretender Fehler besteht in doppelten Inhalten, die auf verschiedenen URLs auftreten. In diesem Fall konkurrieren beide Webseiten miteinander und nur eine kann von den Suchmaschinen berücksichtigt werden. Sogenannter „Duplicate Content“ kann die Rankingergebnisse sehr drastisch nach unten ziehen oder im schlimmsten Fall sogar herausfiltern, da Google glaubt, es handle sich um kopierten und daher nicht relevanten Inhalt. Vermeiden Sie ihn unbedingt! Kopieren Sie keine vorgefertigten Texte und setzen sie auf Individualität.

Eine weitere häufige Ursache für doppelten Inhalt ist, wenn eine Webseite mit und ohne www erreichbar ist. In diesem Fall hilft eine Weiterleitung namens „301-redirect“ weiter, die eine von beiden Versionen auf die andere zurückführt.

Wenn Ihre Webseite über mehrere Domains erreichbar ist, kann auch ein „Canonical Tag“ gesetzt werden. Dabei handelt es sich um ein Meta-Element, das Suchmaschinen anzeigt, welche die Original-URL ist. Der Tag indexiert dafür eine kanonische URL und führt alle anderen Verlinkungen auf diese zurück.

3 Keywords im Überfluss

Qualität vor Quantität! Es gibt einen Unterschied zwischen dem gezielten Einsatz von Schlüsselwörtern und penetrantem Spamming. Wenn Sie die Reizwörter in einer unnatürlich hohen Frequenz wiederholen, unterbricht das in erster Linie den Lesefluss des Besuchers und wird zudem mit schlechteren Rankingergebnissen bestraft, da die Suchmaschinen es als Manipulation bewerten. Es reicht vollkommen aus, wenn Sie Ihre Keywords einmal im Title-Tag und in der Meta-Beschreibung nennen.



4 Haufenweise h1-Tags

Auch bei den Überschriften kann es manchmal zuviel des Guten sein. Die Hierarchie Ihrer Überschriften zeigt den Suchmaschinen die Struktur Ihrer Webseite, und wo der Fokus liegt. Zu viele davon wären verwirrend und desorientieren eher, statt dem Leser zu helfen. Zwar können Sie generell so viele Headlines setzen wie Sie möchten – zumindest der h1-Tag sollte aber auf jeder Seite nur ein einziges Mal vorkommen. Diese enthält Ihre wichtigsten Keywords und verdeutlicht das übergreifende Thema der Seite. Wenn Sie Ihre Inhalte nicht dementsprechend kürzen möchten, teilen Sie sie auf und erstellen lieber mehr Unterseiten.

5 Fehlerhafte Verlinkungen

Jeder kennt sie, jeder hasst sie: Die Fehlermeldung 404. Sie bedeutet, dass eine URL nicht abgerufen werden konnte – und somit auch nicht von den Suchmaschinen indexiert wurde. So etwas passiert zum Beispiel, wenn Links auf nicht mehr vorhandene Ziele verweisen. Fehlermeldungen wie diese suggerieren Suchmaschinen eine schlechte interne Verlinkung und verursachen im Umkehrschluss eine negative Bewertung. Halten Sie daher all Ihre Links stets aktuell und prüfen Sie sie regelmäßig.

Weitere häufige Fehler in der Verlinkung sind beispielsweise unterschiedliche Beschreibungen für ein und dasselbe Linkziel, oder wenn sich zu viele Links auf einer Seite befinden – das schwächt deren Aussagekraft. Hier kann die Breadcrumb-Navigation unterstützen, gemeinsam mit einer schlanken Webseitenstruktur.

6 Fehlende Metadaten

Die Metadaten werden von den Suchmaschinen verwendet, um eine kleine Vorschau von Ihrer Webseite (sogenannte „Snippets“) zu generieren. Wenn diese fehlen, wird automatisch eine Alternative aus den Texten Ihrer Seite fabriziert. Es ist aber meist vorteilhafter, die Darstellung der Snippets durch das Ausfüllen der Metadaten selbst zu bestimmen.

Der Titel darf maximal 70 Zeichen lang sein, um in den Suchergebnissen vollständig angezeigt zu werden. Er sollte Ihr wichtigstes Keyword enthalten und nur ein einziges Mal verwendet werden, um die Bedeutung zu verstärken. Die Beschreibung hingegen kann ca. 175 Zeichen lang sein, ohne abgeschnitten zu werden. Sie sollte ebenfalls ein relevantes Keyword der Zielseite enthalten und deren Inhalt knapp zusammenfassen.



7 Ladezeiten ohne Ende

Niemand mag es, lange warten zu müssen, auch nicht bei Internetseiten. Sie können die Ladezeiten Ihrer Webseite bereits deutlich reduzieren, indem Sie auf unkomprimierte und code-skalierte Bilder verzichten. Komprimieren Sie die Bilder lieber im Voraus, um die Dateigröße zu verringern und zusätzliche Bytes zu gewinnen.

Auch verworfene oder unfertige Skripte, die ungenutzt im Backend der Webseite liegen, können die Ladezeit erhöhen. Aktualisieren Sie deshalb regelmäßig Ihren Arbeitsbereich und machen Sie ihn frei von nicht verwendeten Inhalten.

8

Keine mobile Optimierung

Die mobile Weboptimierung ist heutzutage genauso relevant wie die Desktop-Optimierung – wenn nicht sogar wichtiger. Der Trend zum Mobilien entwickelt sich kontinuierlich weiter und vorerst ist kein Ende in Sicht. Darum ist es schade, wenn Webseiten Ihren Nutzern keine mobile Webversion anbieten. Auf Dauer kann das sogar abschreckend wirken und die Suchergebnisse durch kurze Aufenthaltsdauer maßgeblich negativ beeinflussen.

Nicht-mobil optimierte Webseiten erkennt man an viel zu kleinem Text, der kaum noch lesbar ist, und zu nahe aneinanderliegenden Buttons. Außerdem können Flash-Inhalte vom Smartphone nicht gelesen werden und für Fehlermeldungen sorgen. Diese Faktoren verringern die Benutzerfreundlichkeit, statt den Besucher zum Bleiben einzuladen.

9

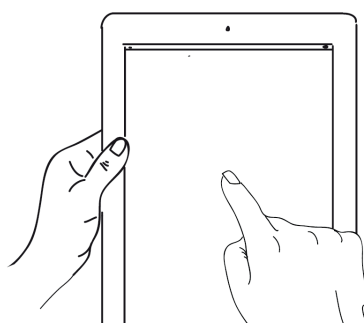
Keine Sitemap, keine Struktur

Eine Sitemap organisiert die Navigation Ihrer Webseite inklusive aller Unterseiten für die Suchmaschinen. Es ist wie ein Inhaltsverzeichnis, das von Maschinen gelesen werden kann. Diese Datei kann manuell erstellt und anschließend hochgeladen werden, um die Suchmaschinen bei der Einsicht Ihrer Webseite zu unterstützen. Außerdem werden sie so schneller über Änderungen (zum Beispiel neue Unterseiten) informiert. Dadurch steigt auch die Chance, dass eher schwach besuchte URLs Ihrer Webseite indexiert werden. Das Fehlen einer Sitemap überlässt hingegen vieles dem Zufall.



Es wird Zeit für fehlerfreies SEO!

Die Suchmaschinenoptimierung ist ein sich wandelnder, langanhaltender Prozess, der stets neue Aufgaben und Herausforderungen mit sich bringt. Auf die No-Go's folgt nun: Machen Sie es besser! Falls eines oder mehrere dieser Negativbeispiele auf Ihre Webseite zutreffen sollte, können Sie nun damit beginnen, diese Fehler zu beseitigen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!



Ein Whitepaper der Agentur Anmut

SEO-Fehler vermeiden und besser gefunden werden.

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