

Suchmaschinenoptimierung - aber richtig!

10 Tips zum erfolgreichen Positionieren Ihrer Webseiten bei Suchmaschinen:

1. Die Optimierung einer Seite beginnt bei Ihrer Konzeption.

Die Suchbegriffe nach denen Sie gefunden werden möchten, sollten Sie sich auf einer Liste notieren. Diese sollten in

- o Seitentitel (sehr wichtig)
- o Seitentext
- o Dateinamen (suchbegriff.htm, suchbegriff2.jpg)
- o Linktexten
- o Alt-Texten (Texte die bei Bildern hinterlegt werden)

möglichst oft eingearbeitet und verwendet werden. Eine Grundlage für ein erfolgreiches Ranking bei [Google](#) und Co.

2. Füttern Sie die Suchmaschinen mit MetaTags

Metatags sind Informationen über die Seite außerhalb des eigentlichen Seitentextes. Informationen wie Titel, Beschreibung und Schlüsselworte nach denen Sie gefunden werden möchten. Diese sollten in jeder Seite Ihres Auftritts vorhanden sein.

Hier ein Beispiel für die Meta-Tags aus dem Quelltext unserer Startseite ...

```
<title>christoph runkel internet projekte stuttgart - ihr partner für webdesign</title>
<meta name="Title" content="internetagentur stuttgart - ihr partner für webdesign, ...">
<meta name="ABSTRACT" content="Internetauftritte, Datenbanklösungen, ASP, PHP, ...">
<meta name="Author" content="Christoph Runkel">
<meta name="Description" content="christoph runkel internetprojekte, Stuttgart - Lösungen
Internet und e-Commerce">
<meta name="keywords" content="ASP, PHP, XML, HTML, ... ">
<meta name="Reply-to" content="info@abracamedia.de">
<meta name="REVISIT-AFTER" content="10 days">
<meta name="language" content = "DE">
<meta name="robots" content="index, follow">
<meta name="page-topic" CONTENT="Internet, E-Commerce, Datenbanken">
<meta name="publisher" content = "abracamedia">
<meta name="page-type" CONTENT="Homepage, Company Website">
<meta name="audience" CONTENT="Companies, Business, Engineering, Automation">
```

Einen sehr guten Assistenten zum Erstellen dieser Metatags finden Sie unter www.topsubmit.de (externer Link!)

3. Verwenden Sie die richtigen Suchbegriffe

Sehr häufig wird mit Ortsangaben gesucht (z.B. +Schulung +Stuttgart). Ihre Standortangaben, oder auch die Namen von Vertriebsmitarbeitern mit häufigem Kundenkontakt gehören in diese Liste. Rechtlich bedenklich sind Namen Ihrer Konkurrenten. Hilfreich kann die Keyword-Datenbank unter <http://www.webmasterplan.de> sein. Befragen Sie auch Partner und Kunden, wonach diese suchen würden.

4. Vermeiden Sie "suchmaschinenfeindliche" Technologien

Sind Sie an guten Rankings in den Search-Engines interessiert, sollten Sie beim Einsatz Ihrer Technologien wählerisch sein.

- o Eine reine Textnavigation ist eine bessere Mahlzeit für die Suchmaschinen als eine grafische. Verwenden Sie eine grafische Navigation (Den Menschen und seine ästhetischen Seitenansprüche sollte man ja trotz allem nicht vergessen) wiederholen Sie die Navigationspunkte am Seitenfuß als kleine Textlinks (Beispiel siehe <http://www.spiegel.de> (externer Link).

- Elemente die über JavaScript eingeblendet werden (verborgene Ebenen, dynamische Menüstrukturen) werden häufig nicht richtig erfasst. Wenn doch sucht Sie der Besucher der von der Suchmaschine verwiesen wurde, zumindest anfangs vergeblich nach dem gesuchten.
- Frame-Technologien - Beim Sprung von der Suchmaschine wird häufig lediglich ein Frame als ganze Seite angezeigt. Die Inhalts- oder Navigationsseite fehlt. Abhilfe schafft JavaScript hier auch nicht immer zufriedenstellend.
- Flash-Seiten oder Intros - hier bleiben die Suchmaschinen (noch) hungrig.
- Beim Einsatz von Datenbanken oder CMS-Systemen ist auf ein sauberes Caching der Dateien zu achten. Nicht jedes CMS-System unterstützt dies zufrieden stellend.

5. Bleiben Sie ehrlich!

Viele Seitenbetreiber haben Suchmaschinenroboter auf eigens für sie gestaltete Seiten umgeleitet, Keywords für den menschlichen Besucher unsichtbar in weißer Farbe auf weißem Hintergrund angezeigt. Die Suchmaschinenbetreiber sind diesen Tricks in der Regel sehr schnell auf die Schliche gekommen und belohnen den Seitenbetreiber mit Sperrung aus dem Index.

6. Verwenden Sie "Subdomains"

Eine Internetadresse "suchbegriff.ihrname.de" wird von vielen Suchmaschinen sehr hoch eingestuft. Bei Suchbegriffen die für Sie von entscheidender Bedeutung sind, erreichen Sie auf diese leicht eine bessere Positionierung.

7. Melden Sie Ihre Seite bei den Suchmaschinen an

Ihre fertig gestaltete Seite sollten Sie nun bei den Suchmaschinen bekannt machen. Dies geschieht entweder bei den Suchmaschinen direkt (die gängigen haben auf der Startseite einen Link "URL/Seite melden", Bei Google finden Sie dies unter "Alles über Google"), oder sie bedienen sich Anmeldediensten wie [Topsubmit](#) oder [Webmasterplan](#). Nach der Anmeldung ist Geduld gefragt - von der Anmeldung bis zur ersten Listung können mehrere Wochen vergehen.

Wenn Ihre Metatags richtig gesetzt sind, genügt die Anmeldung Ihrer Startseite. Wenn Sie Seiten nicht indiziert haben möchten, bietet Ihnen eine robots.txt-Datei. Diese können Sie unter <http://www.topsubmit.de> bequem über eine Eingabemaske erstellen.

8. Produzieren Sie Links zu Ihrer Seite

Ob Sie mit einem Suchbegriff innerhalb einer Suchmaschine vorne platziert sind hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Ein sehr entscheidender ist die Anzahl und Qualität der Seiten die auf Ihre Seite verweisen (link popularity). Eine Seite auf die sehr viele andere verweisen wird tendenziell höher eingestuft als eine Seite mit wenig externen Links.

Bei Google wird dieses Verfahren als Page-Rank bezeichnet. Den Page Rank einer Seite können Sie sich auch anzeigen lassen - installieren Sie hierzu die Google Toolbar mit erweiterten Funktionen. Google unterscheidet Page Ranks auf einer Skala von 0-10. Eine Seite mit Page Rank 5, die auf Ihre verweist, vererbt Ihnen den eigenen PageRank abzüglich 1, in diesem Fall also 4. Suchen Sie daher nach Seiten mit hohem PageRank bei Google und versuchen Sie von diesen verlinkt zu werden!

9. Analysieren Sie Ihre Webstatistiken

Ihre Webstatistik kann Ihnen darüber Auskunft geben, wieviele Besucher von welcher Suchmaschine mit welchem Suchbegriff, evtl. sogar von welcher Seite Sie aufgerufen wurden. Machen Sie einen Quervergleich zwischen den Suchbegriffen nach denen Sie gefunden wurden und Ihren eigenen.

Beispiel (Auszug aus einer Webstatistik- Analyse der Referrer)

```

http://www.google.de/
  Total    Total 304's
  Requests (NoMod Req)      Bytes sent | Referrer URL
-----
  1 0.16%   0 0.00%      15057 0.45% | /search q=internet stuttgart hl=de lr=
                    christoph runkel | internetprojekte
                    http://www.abracamedia.de
                    ihr partner in sachen internet/intranet

```

ie=UTF-8 oe=UTF-8 start=30 sa=N

Link von Google (deutsche Seiten), Suchworte "internet stuttgart", start=30, heißt 4. Seite der Trefferliste.

Ihre Webstatistik verrät Ihnen auch ob Sie von den Suchmaschinenrobotern indiziert wurden:

Beispiel (Auszug aus einer Webstatistik - Analyse der Browser):

```
Googlebot/2.*
  Total      Total 304's
  Requests   (NoMod Req)      Bytes sent | Browser
-----
  44 1.84%   0 0.00%   207355 1.29% | Googlebot/2.1
(+http://www.googlebot.com/bot.html)
```

Google war da!

10. Überwachen Sie Ihren Erfolg

- Suchen Sie in den gängigen Suchmaschinen regelmäßig Ihre wichtigsten Suchbegriffe.
- Überwachen Sie Ihren Google-Pagerank, dieser kann sich häufig ändern.
- Führen Sie diese Auswertungen auch einmal für die Wettbewerber durch - vielleicht kann man sich hier noch Anregungen für die bessere Platzierung der eigenen Seite holen.
- Welche Seiten verlinken zu Ihrer Seite / der Ihrer Wettbewerber (einfach über [topsubmit](#) oder die Google Toolbar durchzuführen)

Gerne unterstützen wir Sie persönlich bei der Konzeption und Umsetzung Ihrer Suchmaschinenoptimierung.

Im Rahmen eines eintägigen Workshops analysieren wir Ihre Webseiten sowie Ihre Webstatistik und beraten Sie hinsichtlich der Optimierung.

Gerne übernehmen wir auch die komplette Optimierung Ihrer Seiten in Full-Service.

christoph runkel, 20.05.03