



SEO für jedermann. Grundlagen und die größten Irrtümer.

Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenmarketing (SEM) werden immer wieder verwechselt: Doch SEO beschäftigt sich mit der Optimierung und Verbesserung der Webseite, so dass die Seite in Suchmaschinen gut gefunden wird. Mit SEM können Sie Ihre Webseite dann mit Hilfe von Anzeigen bewerben.

In einem ersten Schritt sollten Sie jedoch die Optimierung der Seite unter die Lupe nehmen. Deshalb befassen wir uns heute mit folgenden Fragen:

Wie sieht der perfekte Inhalt einer Website aus?

Welchen Einfluss hat die Struktur meiner Websites?

Was muss ich neben Inhalt und Struktur sonst noch beachten?

Ab wann sollte ich beginnen, über SEM nachzudenken?

Wie kann ich meine SEO-/SEM-Tätigkeiten überwachen?

Inhalt des Fachartikels:

5 Antworten für Entscheider.

Die 10 größten SEO Irrtümer.

Fazit.



5 Antworten für Entscheider.

Wie sieht der perfekte Inhalt einer Website aus?

Prinzipiell sollte die Website einen einzigartigen Content mit Text, Bild und wenn möglich auch Videos beinhalten. Die Texte sollten die definierten Schlagwörter, nach denen Ihre User suchen, enthalten und webgerecht aufgearbeitet sein. Strukturieren Sie Ihre Inhalte nach Themen und gliedern Sie einzelne Absätze mit Überschriften. Linktexte sollten klar und deutlich zeigen, was sich hinter dem Link verbirgt und nicht nur „>> mehr“ lauten. Bei Bildern achten Sie auf klare Dateinamen und gängige Dateiformate sowie auf Beschreibungen über den Alt-Tag. In den Metatags sollte der „Title“ auf jeder Seite mit kurzen aber aussagekräftigen Begriffen oder der Firmenbezeichnung und die „Description“ mit einer Zusammenfassung der Seite befüllt werden.

Welchen Einfluss hat die Struktur meiner Websites?

Eine einfache Seitenstruktur erleichtert nicht nur Personen das Zurechtfinden auf der Website, sondern ermöglicht auch Suchmaschinen ein effektiveres Durchsuchen der Seite. Zudem werden die Inhalte durch eine hierarchische und organische Struktur nach Wichtigkeit gegliedert, so dass unwichtigere Inhalte in tieferen Ebenen zu finden sind. Die Arbeit der Suchmaschinen kann auch mit einer speziellen Sitemap für Suchmaschinen unterstützt werden, was jedoch als technische Optimierung verstanden werden sollte. Wichtig ist auch, dass Wörter in der Seiten-URL enthalten sind, da diese somit unter anderem vertrauenswürdiger werden und leichter lesbar sind. Auch eine 404-Fehlerseite mit hilfreichen Links zu wichtigen Seiten sollte nicht vergessen werden.

Was muss ich neben Inhalt und Struktur sonst noch beachten?

Vor allem die mobilen User sollten Sie im Bereich SEO nicht vergessen, denn diese sollen von unterwegs aus Ihre Seite auch finden. Dazu müssten Sie überprüfen oder überprüfen lassen, ob die mobile Seite von den Suchmaschinen indiziert wurde und diese ggf. über die mobile Version informieren. So werden mobile Nutzer direkt auf die richtige Version weitergeleitet. Vor allem wenn Sie Promotions oder ähnliches planen, sollten Sie auch in sozialen Netzwerken für Ihre Seite werben und so für zahlreiche Backlinks sorgen. Doch vergessen Sie nicht die Offline-Welt, so dass die URL auch auf Plakaten erscheint. Zudem sind Einträge auf diversen Services wie z.B. Google Places/Google Maps sinnvoll, um auf verschiedenen Wegen auffindbar zu sein.

**Ab wann sollte ich beginnen, über SEM nachzudenken?**

Als erstes muss gesagt werden, dass ohne Suchmaschinenoptimierung (SEO) das Suchmaschinenmarketing keinen Sinn macht. Zuerst sollten Sie also Ihre Seite optimieren und dann Werbung für diese Seite machen. Versuchen Sie, mit SEO und den gewünschten Schlagwörtern an eine möglichst hohe Position zu kommen, denn es gibt sicherlich auch Personen, welche einem „echten“ Suchergebnis mehr Vertrauen schenken als einer bezahlten Anzeige.

Bevor Sie dann eine Anzeige in einer Suchmaschine schalten, müssen Sie genau definieren, mit welchen Suchbegriffen die Anzeige verknüpft sein soll. Bitte bedenken Sie: Manche Begriffe sind quasi „unbezahlbar“ und werden ggf. von Ihren potentiellen Usern so gar nicht verwendet, da es sich um Fachbegriffe handelt, welche nicht gängig sind. Versetzen Sie sich also in Ihre Kundschaft und definieren Sie sinnvolle Begriffe und Begriffskombinationen.

Wie kann ich meine SEO-/SEM-Tätigkeiten überwachen?

Um die Aktivitäten auf Ihrer Website oder den Erfolg Ihrer SEM-Anzeige im Blick zu haben, gibt es mehrere verschiedene Tools. Die Überwachung der Anzeigen erfolgt in der Regel über ein Tool, welches Ihnen der Suchmaschinenanbieter zur Verfügung stellt.

Für die Prüfung der Website (Anzahl Besucher, meist aufgerufene Seiten, Absprungrate, usw.) gibt es kostenlose und kostenpflichtige Tools mit verschiedenem Umfang. Welches das Passende ist, hängt von Ihren Anforderungen ab.

Das bekannteste OpenSource-Tool (kostenlos) ist Google Analytics, welches alle Funktionen enthält, welche im Regelfall für die Auswertung der Seitenaktivitäten, die Herkunft der Benutzer, die verwendeten Geräte usw. ausreichend ist.



Die 10 größten SEO Irrtümer.

Die Reihenfolge der Suchergebnisse ist für jeden gleich.

NEIN – Denn nicht jede Person sieht die gleiche Reihenfolge der Suchergebnisse. Die Suchmaschinen passen das Suchergebnis an die persönlichen Suchgewohnheiten und an den Standort des Suchenden an. Suchen Sie also immer nach den gleichen Begriffen, erscheinen diese irgendwann weiter oben. Oder wenn Sie in Klagenfurt nach einem Restaurant suchen und in Klagenfurt sitzen bekommen Sie auch ein anderes Ergebnis als wenn Sie in Linz sitzen und nach einem Restaurant in Klagenfurt suchen.

Bei Suche nach dem Firmennamen erscheine ich immer ganz oben.

JA – Möglich ist dies schon. Sie sollten sich nur fragen, wen Sie mit Ihrer Seite erreichen möchten und ob diese Personen den Firmennamen denn schon kennen, wenn Sie nach einer Dienstleistung suchen. Berücksichtigen Sie also auch Suchanfragen, die Ihre Leistungen beschreiben, am Besten in Kombination mit dem Ort (z.B. Herrenanzüge Klagenfurt).

SEO muss nur einmal gemacht werden, dann nie wieder.

NEIN – Die Optimierung der Seite für Suchmaschinen ist eine stets aktive Aufgabe, welche niemals abgeschlossen ist. Sie sollten sich regelmäßig mit dem Thema beschäftigen und die festgelegten Stichwörter überprüfen.

Suchmaschinen ändern Ihren Algorithmus nie.

NEIN – Suchmaschinen entwickeln sich immer weiter, so dass eine SEO-Strategie von gestern übermorgen nicht mehr funktionieren kann. Sicherlich kann man jedoch davon ausgehen, dass wenn man sich an die Regeln hält, die Strategie in einem Unternehmen von längerer Dauer sein kann.

Die Keyword-Dichte sollte so hoch wie möglich sein.

NEIN – Die Keywords sollten häufig vorkommen, ist jedoch jedes zweite Wort „Bäckerei“, dann ist dies nicht förderlich und schadet mit hoher Wahrscheinlichkeit mehr, als dass es hilft. Bedenken Sie immer wieder: Die Texte sollen vor allem für Ihre Besucher schön lesbar sein. Eine optimale Keyword-Dichte liegt bei ca. 3-8%.

**Suchmaschinenoptimierung ist nur was für Spezialisten.**

NEIN – Jeder, der sich mit dem Thema beschäftigt, kann Webseiten für Suchmaschinen optimieren. Sicherlich werden für die technischen Optimierungen Personen mit entsprechenden Kenntnissen benötigt. Die richtige Optimierung der Inhalte kann aber jeder Redakteur erlernen.

SEO geht schnell.

NEIN – Es nimmt viel Zeit in Anspruch, die Inhalte zu optimieren, zu überprüfen und wieder zu optimieren. Vor allem, da es lange dauern kann, bis die Suchmaschinen die neuen Inhalte erfasst und verarbeitet haben.

Guter Content ist alles.

NEIN – Man hört zwar immer „Content ist King“, das stimmt aber nur zu einem gewissen Punkt. Sicherlich ist der Inhalt sehr wichtig, aber auch OffPage-Maßnahmen wie z.B. Backlinks (Verlinkungen von anderen Seiten zu der eigenen Seite) gehören zum Bereich SEO.

Meta-Tags werden von Suchmaschinen nicht mehr beachtet.

NEIN – Immer wieder ist zu lesen, dass die Metatags (z.B. Description, Title, ...) von Suchmaschinen ignoriert werden. Dies stimmt jedoch nicht. Sicherlich sind diese nicht mehr so wichtig wie vor einigen Jahren, jedoch wird z.B. der Meta-Tag „Description“ für die Beschreibung der Seite herangezogen. Eine gute Beschreibung sorgt für bessere Klickraten, welche sich positiv auf das Ranking auswirken.

Die XML-Sitemap verbessert das Ranking deutlich.

NEIN – Eine XML-Sitemap verbessert die Auffindbarkeit der Seiten und erleichtert den Suchmaschinen die Indexierung. Das Ranking selbst wird dadurch nicht deutlich verbessert.



Fazit.

SEO hört niemals auf.

Wie schon in einem der Irrtümer geschrieben: SEO hört niemals auf und kann niemals als eine abgeschlossene Sache betrachtet werden. Deshalb sollten Sie im Unternehmen eine Person haben, welche für die stetige Optimierung der Seite im Hinblick auf Suchmaschinen zuständig ist.

Aber vergessen Sie nicht: Der Content sollte nicht nur für Suchmaschinen optimiert werden, sondern vor allem auch für die Menschen, welche sich für den Inhalt interessieren.

Es gibt kein Geheimrezept.

Auch wenn es Diplome und Zertifikate gibt, die einen SEO-Spezialisten auszeichnen. Das Rezept für die perfekt optimierte Seite in Hinblick auf SEO gibt es nicht. Zum einen, weil jede Suchmaschine etwas anders funktioniert und zum anderen weil eine Suchmaschine (z.B. der Suchmaschinenriese Google) seinen Algorithmus ganz gewiss nicht preisgibt und somit kein Außenstehender ganz genau wissen kann, wie es zu jedem Zeitpunkt ganz genau richtig geht.

Impressum.

ONELOGIN Business & Technology Consulting GmbH
Lakeside B07b, A-9020 Klagenfurt, Tel.: +43 (0) 5 919293 – 0, office@onelogin.at, www.onelogin.at
Geschäftsführer Mag. Karl Moser, FN 217969v

Über ONELOGIN.

Als unabhängige Internetagentur und Softwareentwicklungs-Unternehmen erstellt ONELOGIN innovative Lösungen unter Verwendung moderner Informationstechnologien.

Ihre Ansprechpartnerin.

Christine Schilling (B.Sc.)
E-Mail: christine.schilling@onelogin.at
Tel.: +43 (0) 5 919293 – 8