

Suchmaschinenoptimierung

SEO Search Engine Optimization

Zwei Dinge treffen idealerweise zusammen: Ein Stichwort oder Suchbegriff und die passende Website dazu. Gute Trefferchancen bei der Internetsuche sind nur mit einer *optimierten* Website erreichbar. Optimiert werden der Quellcode sowie Technik und Inhalte einer Website, damit sie möglichst hürdenfrei von Suchmaschinen *gecrawlt* werden kann. Suchdienste wie Google verwenden *crawler*, *robots* oder *spider* zum Analysieren der Textinhalte, um sie für die Stichwortsuche auszuwerten. **Es zählt also jedes Wort.**



Manchmal
findet man vor
lauter Dschungel
die Bäume
nicht...

Suchbegriffe und Ergebnisse

Die Suchmaschinen erzeugen bei der Stichwortsuche eine URL-Trefferliste aller gefundenen Internetseiten, auf denen der Begriff vorkommt. Dabei werden Texte nach Priorität ausgewertet, um Wichtiges gegenüber unwichtigen Splitterfunden zu filtern. Die Suchmaschine 'ahnt' also, was gesucht wird: Ein komplexer mathematischer Vorgang innerhalb einer Datenmenge von Milliarden Internetseiten. Google ist die weltweit am häufigsten verwendete Suchmaschine. Eine Domain, die von Google ausgeschlossen wird, ist fast weg vom www-Fenster. Dagegen erreicht eine Website mit guter Platzierung sehr viele Internetbesucher.

Gehaltvolle Texte mit keywords

Was Menschen interessiert lesen, ist auch für Suchmaschinen wertvollstes Futter: Eine Firma, die auf ihrer Website *Apfelsaft* anbietet, wird auch bei Google unter dem Suchbegriff *Apfelsaft* bei den Top Ten aufgelistet, wenn der Begriff in der Domain, im Titel und im Text vorkommt. Es hängt also konkret von den wesentlichen 5-6 Schlüsselbegriffen „keywords“ ab, unter denen eine Website gefunden werden soll. *Keywords* sind die Begriffe, die potentielle Kunden in die Suchmaske eingeben würden, um Anbieter zu finden. Diese Worte sollten im Lesetext Ihrer Website vorkommen, je präziser, desto besser. Nichtssagende Floskeln wie z.B. „Innovation“ oder „Top-Leistung“ sind ungeeignet. Mehr dazu in der PDF

[WEBTAUGLICHE TEXTE](#)

Verwendung der meta-description

Für die Google-Ergebnisliste texten Sie bitte in ein oder zwei Sätzen eine kurze Beschreibung der Kerninhalte Ihrer Website - für Besucher informativ, einladend und faktenhaltig. Fakten sind der Firmenname, Branche oder Berufsbereich, der Kernschwerpunkt, ggfs. der Ort bei regionalem Bezug. Zum Beispiel:

* *Meierschulze Apfelsaft GmbH erzeugt naturbelassene Saftsorten aus kontrolliertem Bio-Anbau im Lübecker Land. Traditionelle Sortenvielfalt, Obstsaft, Biosaft, Fruchtsaft, Zusatzfrei **

Moderne Bauweisen und Standards

Suchmaschinenfreundliche Kodierung umfasst stichwortgesättigte Inhaltstexte, passend gewählte Domainadressen, wechselnde Browsertitelzeilen, textbasierte Menüleisten, sauber getrenntes CSS/HTML-Layout, Alternativtexte für Bilder, und noch viele weitere Richtlinien. Sie werden schon bei der Website-Erstellung befolgt, aber man kann ältere Websites auch nachträglich optimieren.

Ja, klappern Sie.

Machen Sie Ihre Domain aktiv bekannt, tragen Sie Ihre Webadresse nur in gut ausgewählte seriöse Branchenbücher oder Netzwerkportale ein. Informieren Sie sich über Google Adwords. Denn auch in der modernen Technologie gehört das Klappern weiterhin zum Handwerk.

EMPFEHLUNGEN VON GOOGLE:

Nehmen Sie die wesentlichen Begriffe in Ihre Website auf, die Nutzer eingeben würden, um Ihre Webseiten zu finden. Versuchen Sie nicht, Inhalte für Suchmaschinen vorzutäuschen. Dies wird als "Cloaking" bezeichnet.

Geben Sie Besuchern die gewünschten Informationen. Bieten Sie auf Ihren Webseiten qualitativ hochwertigen Inhalt, besonders auf Ihrer Startseite. Das ist die einfachste, aber wichtigste Maßnahme.

NICHT MEHR ERLAUBT:

Konfuse Navigation // Framesets // Tabellenverschachtelung // Button ohne Text // Flash pur und Flashintros // JavaScript-Navigation // Cloaking // style-Angaben im HTML-Code // nicht erkennbare Links //

Zusammenfassung

Modernes Webdesign berücksichtigt schon bei der Kodierung die Richtlinien für Suchmaschinenoptimierung, kann aber nicht das Blaue vom Himmel versprechen. Wer also eine Internetseite beauftragt, sollte sich nicht zurücklehnen und hoffen, dass Google & Consorten nun die leidige Werbearbeit abnehmen. „Unsere Website ist im Netz, nun findet uns mal ...“

Aktive Eigenwerbung und Bekanntmachung der Internetadresse ist weiterhin unabdingbar. Suchmaschinenoptimierung (SEO) schafft alle förderlichen Voraussetzungen für crawlerfreundliche Inhalte. Und Sie können mit einer wirklich informativen Website überzeugen, indem Sie die besonderen Kernpunkte Ihres Angebots hervorheben. Ohne leere Phrasen, mit faktenhaltiger Sprache. Die erfahrene Webdesignerin Marion Brandes unterstützt Sie dabei mit Wort und Tat.



Eine Kundeninformation von Marion Brandes
Webdesign. Grafikdesign. Illustration
www.marion-brandes.de