



SEO: SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG EIN ERSTER EINBLICK

1 SEO: SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG WIE SIE IM NETZ GEFUNDEN WERDEN

Rund 75 % der Österreichischen Unternehmen haben bereits eine eigene Website. Doch was bringt die aufwändigste Unternehmens-Website, wenn sie in Suchmaschinen nicht gefunden wird bzw. erst auf der 758. Seite aufscheint?

Genau hier tritt die sogenannte Search Engine Optimization (S.E.O.) – zu deutsch: Suchmaschinenoptimierung auf den Plan. Ziel ist es, durch eine für Suchmaschinen optimierte Programmierung Ihrer Website, ein besseres, sprich höheres Ranking in den Suchergebnissen zu erzielen.

2 DER ALGORITHMUS

Suchmaschinenoptimierung ist ein Profithema, bei dem auch nicht alle Kriterien öffentlich bekannt sind. Ähnlich wie bei streng gehüteten Geheimnissen wie dem Coca Cola-Rezept, lassen sich die großen Suchmaschinen-Anbieter wie Google, Yahoo, Bing usw. nur bedingt in die Karten schauen. Allgemein geht man von rund 200 Kriterien aus, die darüber entscheiden, ob es eine Website ganz nach oben schafft. Die Gewichtung dieser Faktoren ändert sich im Zeitablauf. So wurde beispielsweise 2015 bekannt, dass mobil optimierte Websites nun mehr „Pluspunkte“ bei Google sammeln.

Bekannt ist, dass die Suchmaschinenbetreiber mehrere Faktoren untersuchen:

- Technische Optimierung:
Gibt es z.B. viele tote Links oder Bilder, die keinen Alternativtext aufweisen? Sind Bilder zu groß, um gute Ladezeiten zu ermöglichen?
- Inhaltliche Optimierung:
Ist die Navigation sinnvoll? Wie verhält es sich mit Textmengen?
Wie oft ändert sich der Content?
- Qualitative Optimierung:
In welchem Kontext ist die Seite ins Netz eingebettet? Welche Seiten verweisen auf sie? Gibt es hochwertige Seiten (z.B. News-Portale), die dorthin verlinken?

Sprechen Sie mit Ihrem Website-Programmierer, wenn Ihr Suchmaschinen-Ranking verbesserungswürdig ist. Was kann Ihr Ranking nun positiv beeinflussen?

3 SIE HABEN EINE NEUE WEBSITE

Bei Fertigstellung Ihrer Website sollten Sie diese auch aktiv an Google melden, um möglichst schnell in den Suchergebnissen aufzutauchen.

Reichen Sie die Website unter <http://www.google.com/submityourcontent/> bei Google ein.

4 IHRE INTERNET ADRESSE – DOMAIN

Auch Ihre Domain, sprich Ihre Internet-Adresse, trägt einiges zum Suchergebnis der gängigen Suchmaschinen bei. So ist z.B. bekannt, dass passende Suchworte (z.B. „Brot“ bei der Website einer Bäckerei) auch in den Überschriften bzw. Headern und häufig im Text der Seite vorkommen sollten. Weiters kann mit einer geschickten Domain-Strategie durch Verwendung von mehreren Web-Adressen, die alle auf die gleiche Website zeigen, ein besseres Ergebnis erzielt werden. Überlegen Sie daher auch alternative Internetadressen, die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung beschreiben, und sichern Sie sich diese. Auch ist bekannt, dass Webadressen aus Österreich (.at) von Suchmaschinen bei Suchanfragen aus Österreich bevorzugt behandelt werden. Übrigens: je länger Sie Ihre Internet Adresse online haben, desto besser das Ranking. Denn eine „alte“ Domain zeugt von Beständigkeit und wirkt sich positiv aus.

5 DESIGN UND INHALT DER WEBSITE

Generell sollte das Design und der Inhalt einer Page nicht nur den Besucher ansprechen, sondern auch von Suchmaschinen gut verstanden werden. Dabei geht es im Detail um den Aufbau und die Programmierung der Website.

Suchmaschinen lesen in erster Linie Text. Die Erkennung von Bildinhalten ist weit fortgeschritten (geben Sie zum Beispiel in der Bildersuche von Google das Wort „Hamster“ ein, bekommen Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit ausschließlich Hamsterbilder. Beim Wort „Bank“ wird es schon komplexer). Entscheidend ist, dass Suchmaschinen den „Code“ einer Seite lesen, also die Programmzeilen, in denen auch Textelemente versteckt sein können, die der Internetuser gar nicht zu Gesicht bekommt.

Die Struktur der Texte soll den interessanten Inhalt unterstreichen. Empfohlen wird, Überschriften entsprechend zu formatieren und zusätzlich noch Infografiken unter den Texten einzubauen. Diese unterstützen dabei Inhalte zu verstehen und werden von Google positiv bewertet, was zu einem höheren Ranking bei den Suchergebnissen führen kann. Außerdem kann auch der Einsatz von Aufzählungszeichen zu einer besseren Bewertung von Google führen. Für den Einsatz von Infografiken empfehlen wir, Grafiken zu verwenden, die einfach zu verstehen sind und mit wenig Text auskommen.

Für den Besucher unsichtbare Dateien wie z.B. Robots.txt liefern den Suchmaschinen eine Art Inhaltsverzeichnis der Website. Und so genannte Metatags liefern Stichwortbeschreibungen der Website. Doch Achtung: wer mutwillig irreführende Metatags in den Code seiner Seite einbaut (z.B. die versteckten Worte „Red Bull“ oder „Pamela Anderson“), um zu mehr Traffic zu kommen, der verletzt die qualitative Optimierung sträflich (siehe oben) und wird zurückgereiht.

Je besser eine Suchmaschine Ihre Seite versteht und den Inhalt zuordnen kann, desto besser wird auch Ihr Ranking bei den Suchergebnissen.

Nutzen Sie auch Videos und interaktive Inhalte. Ein Link auf gängige Videoportale wie z.B. Youtube wird auch gerne gesehen und verbessert Ihr Ranking. Letztlich ist die Anbindung an Social Media-Plattformen wie Facebook und Twitter ein wesentliches Qualitätskriterium, das Pluspunkte bringt.

6 AKTUALITÄT UND INTERAKTION

Nichts ist älter, als die Zeitung von gestern! Gönnen Sie Ihrer Page auch regelmäßig neue Inhalte und ergänzen Sie den Content. Ihre Besucher und auch die Suchmaschinen werden es lieben! Daumen hoch gilt auch für Seiten mit Interaktion. Erstellen Sie einen Feedback Bereich für Ihre Kunden oder administrieren Sie ein Forum für Ihre Produkte oder Dienstleistungen.

7 ONLINE-SHOPPING ÜBER IHRE WEBSITE – DANN ABER RICHTIG

Sollten Sie über Ihre Website handeln, dann ist eine verschlüsselte Verbindung unerlässlich. Die Transaktionsdaten werden dabei über eine https-Verbindung gesendet, was nach derzeitigem Stand die höchstmögliche Sicherheit bietet.

Denn Sicherheit im Umgang mit Benutzerdaten ist nicht nur Ihren Kunden wichtig, sondern wird auch von den Suchmaschinen gerne gesehen.

8 NO GO'S – DINGE, DIE SIE NICHT MACHEN SOLLTEN

Es gibt auch einige Dinge, die Suchmaschinen-Anbieter gar nicht mögen und gleich wieder Ihr Ranking negativ beeinflussen. Schlechte und fehlerhafte Programmierung lassen ihre Seite nach unten rutschen. Monatelanger Stillstand im News-Bereich und fehlende Interaktion sind ebenfalls Hemmschuhe.

Weiters sollten Sie von übertriebenen „Tuning Maßnahmen“ besser die Finger lassen. So wird z.B. „Link-Farming“, das übertriebene Verlinken von externen Seiten durch Server, die ausschließlich zu diesem Zweck angemietet werden, gar nicht gerne gesehen.

Ebenso haben „tote Links“, also Verknüpfungen die ins Nirwana führen, einen negativen Einfluss auf Ihr Ranking.

 **Wenn Sie mehr Unterstützung zur Umsetzung Ihrer digitalen Ideen suchen, dann empfehlen wir die KMU-Digitalförderung in Anspruch zu nehmen. Mehr Informationen gibt es auf [kmudigital.at](https://www.knudigital.at).**