

## **WordCamp 2010 Berlin: SEO-Basics**

### ***Was ist SEO?***

SEO steht für Search Engine Optimization, deutsch: Optimierung für Suchmaschinen

Laut Wikipedia sind Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (SEO) Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking auf höheren Plätzen erscheinen. Suchmaschinenoptimierung ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketing.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinen-Optimierung>

### ***Warum ist Suchmaschinen-Optimierung so wichtig?***

Was bringt es Ihnen, wenn Sie eine tolle Website, die niemand oder kaum jemand findet?

Klar, Sie können Werbung schalten und darauf verweisen. Sobald Sie Ihre Werbekampagne jedoch stoppen, lässt der Traffic auf Ihre Website aber sehr schnell nach. Klassische Online Werbemaßnahmen funktionieren nur, so lange Sie Geld dafür ausgeben.

Die Optimierung von Websites für die Suchmaschinen funktioniert anders: es dauert eine Weile, bis Sie erste Erfolge sehen. Die Optimierung Ihrer Website für Suchmaschinen funktioniert jedoch nachhaltig (zumindest wenn Sie dran bleiben) und kostet im Prinzip nichts – nur Zeit und Geduld. Ok, SEO-Experten sind richtig teuer. Hier trifft sich Geheimwissen mit Zeitaufwand.

Gleichzeitig überschneiden sich die Notwendigkeiten für Barrierefreiheit, Usability und SEO teilweise, so dass Sie mit einer in den wichtigsten Punkten für die Suchmaschinen optimierten Website auch bessere Voraussetzungen mitbringen, um Ihre Website auch für körperlich eingeschränkte Benutzer/innen leichter zugänglich zu machen.

Stichwort valider Code – Wikipedia: „Das Aufsuchen und Einlesen der Inhalte von Webseiten folgt den bekannten [HTML-Standards](#) des Web, deren Einhaltung bei der Erstellung von Webseiten den ersten und wesentlichen Schritt einer Optimierung darstellt“. Valide Websites können von den Suchmaschinen-Robots leichter aufgesucht und eingelesen werden, als eine Website, die viele Fehler aufweist.

### ***Was ist der Unterschied zwischen OnPage und OffSite/OffPage-Optimierung?***

OnPage bedeutet "auf der Site" - das sind also Maßnahmen, die Sie direkt an Ihrer Website durchführen

OffSite/OffPage bedeutet "außerhalb der Site" und befasst sich hauptsächlich mit dem Aufbau von Backlinks (Linkbuilding)

In dieser Session konzentrieren wir uns auf die OnPage-Optimierung.

## Was sind Meta Tags?

Öffnen Sie den Quelltext einer beliebigen Website. Irgendwo - relativ am Anfang - finden Sie HTML-Code der mit "<meta" beginnt. Dies sind die Meta-Tags.

Wie der Begriff Meta schon andeutet, handelt es sich dabei um Informationen der Meta-Ebene, also um übergreifende Informationen. Übergreifend bedeutet in diesem Zusammenhang: den Suchmaschinen die wichtigsten Infos über die jeweilige Seite geben.

Das Schöne an CMS wie WordPress ist, dass WordPress an sich schon sehr gute Voraussetzungen für SEO mitbringt. Zudem haben Sie (je nach Version – im Zweifelsfall über ein Plugin oder SEO-Features Ihres Themes) die Möglichkeit, jedem einzelnen Artikel halbautomatisch individuelle Meta-Informationen zu verpassen.

**Denn optimiert wird letztlich jede einzelne Seite, also jeder einzelne Artikel Ihres Internetauftritts.**

### ***Worauf müssen Sie achten?***

- In den übergreifenden Meta-Tags für ihre Startseite verwenden Sie die Begriffe und Beschreibungen, die für Ihr Business bzw. Ihre Website insgesamt relevant sind.
- In den Meta-Tags für jeden einzelnen Artikel verwenden Sie Begriffe und Beschreibungen, die für den jeweiligen Artikel relevant sind.

### ***Meta-Title:***

**<title>Titel der Website bzw. des Artikels</title>**

Überschrift Ihres Artikels, die in den Suchergebnissen der Suchmaschinen angezeigt wird. Bitte achten sie darauf, dass ihr wichtigstes Stichwort für diesen Artikel auch im Meta Title erscheint.

### ***Meta Description:***

**<meta name="description" content="Beschreibender Text mit den wichtigsten Keywords" />**

Beschreibung ihres Artikels, die unterhalb des Titels in den Suchergebnissen angezeigt wird. Im besten Fall (also wenn ihre Meta-Description inhaltlich und bezüglich der Stichworte mit Ihrem Artikel übereinstimmt und die richtige Länge hat, ca. 160 Zeichen) zeigen die Suchmaschinen Ihre Meta-Description an. Ansonsten sucht sich die Suchmaschine selbst ihre Schnipsel zusammen, was meist weniger aussagekräftig ist.

Verwenden sie Textbausteine, die mit den wichtigsten Inhalten Ihres Artikels korrespondieren und verwenden Sie genau die Stichworte (Keywords), die sie auch für den eigentlichen Artikel als relevant berücksichtigt haben.

### ***Meta-Keywords:***

**<meta name="keywords" content="Keyword1 Keyword2 Keyword3 etc" />**

Diese werden angeblich von Google nicht mehr berücksichtigt. Da man sich aber nie sicher sein kann, niemand weiß in welche Richtung sich die Algorithmen der Suchmaschinen in Zukunft ändern werden und weil es ja wirklich nicht schaden kann, geben sie ihre wichtigsten Keywords (die auch im Text in entsprechender Häufigkeit vorkommen) hier ein. Trennen Sie die Keywords am Besten durch Leerzeichen - so ergeben sich mehr Kombinationsmöglichkeiten unter den Keywords.

## Was sind Keywords und wo finde ich welche?

- Bei der Suchmaschinenoptimierung geht es grundsätzlich immer darum, ihren Internetauftritt auf bestimmte Suchbegriffe hin zu optimieren
- Bei der Keyword-Analyse geht es also zunächst darum, die für Ihr Unternehmen oder Ihre Website relevanten Begriffe zu identifizieren.  
John Smith schreibt in seinem Google Kompendium (S.16):  
"Was sind Ihrer Meinung nach die drei Top Keywords, von denen Sie glauben, dass sie zurzeit wichtig für Ihre Website sind? Kennen Sie die? Okay, dann vergessen Sie sie sofort wieder, denn momentan sind sie unwichtig. Machen Sie stattdessen lieber ein Liste der zehn Keywords, die Sie für die zweit wichtigsten halten. Das sind die Nischenwörter, die wirklich wichtigen Begriffe, die Sie reich machen werden."
- Beispiel: Sie sind ein Online-Blumenhändler und versuchen in den Suchmaschinen mit dem Begriff „Blumen“ auf die erste Seite der Suchergebnisse zu gelangen. Um das zu schaffen, bräuchten Sie eine sehr alte Website und extrem viele Backlinks mit dem Begriff „Blumen“. Haben Sie nicht? Dann kommen Sie mit speziellen Begriffen wie „Grabgestecke Berlin“, „Hochzeitsstrauß Kreuzberg“ o.ä. vermutlich deutlich weiter.
- Und noch etwas, das viele Unternehmen leider immer noch nicht ausreichend berücksichtigen: suchen sie nicht nach Begriffen, die Sie für relevant halten, sondern fragen sie Ihre Kunden! Fragen Sie ggf. auch Ihre Freunde, Verwandten, Bekannten ...
- Es bringt Ihnen wenig, wenn Sie für Spezialausdrücke in den Suchmaschinen auf der ersten Seite stehen, wenn danach niemand sucht.  
**Denken Sie aus Sicht Ihrer Kunden, ihrer Zielgruppen: nach was suchen die? Diese Begriffe sind relevant!**

Hilfe für die Identifikation passender Begriffe gibt Ihnen z.B. auch wieder Google - und zwar mit einem Tool, das eigentlich für Suchmaschinenmarketing (Google AdWords) gedacht ist. Geben sie dort ein paar Begriffe ein, die Sie für die zweit wichtigsten halten ;) und das Tool wirft Ihnen dazu passende Begriffe aus, nach denen Nutzer tatsächlich suchen - einschließlich Suchhäufigkeit und Wettbewerb.

[https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer? u=1000000000& c=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD\\_IDEAS#search.none](https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer? u=1000000000& c=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS#search.none)

## Was muss ich beim Schreiben von Texten beachten?

Um von Suchmaschinen besser gefunden zu werden, sollten HTML-Tags semantisch korrekt verwendet werden. Also Überschriften als Überschriften (<h1> bis <h6>), Listen als Listen (geordnete <ol> und ungeordnete <ul>), Tabellen nur dann, wenn es sich tatsächlich um tabellarische Daten handelt etc.

Suchmaschinen lieben Texte. Sorgen sie also dafür, dass Sie den Suchmaschinen ausreichend Futter geben. Es gibt eine Faustregel von ca. 250 bis 300 Worten pro Seite. Sicherlich nicht immer umzusetzen, aber das erklärt zumindest, warum Suchmaschinen Blogs so gerne indizieren.

### Überschriften

- <h1>-Überschriften werden von den Suchmaschinen als Wichtigste Überschriften gewertet.  
**Bitte immer nur EINE <h1>-Überschrift pro Seite/Artikel**
- <h2>, <h3> etc.-Überschriften sollten Sie häufiger verwenden – achten Sie auch hier darauf, dass Ihr Keyword in den Überschriften vorkommt!  
Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihre Texte mittels Zwischenüberschriften zu gliedern. Aber bitte so, dass der Text auch für Menschen attraktiv zu lesen ist ;)
- Verwenden Sie Ihr für den jeweiligen Artikel ermitteltes Keyword unbedingt in den Überschriften.
- Nutzen sie die Möglichkeit von Hervorhebungen: nutzen Sie den <strong>-Tag zur Hervorhebung wichtiger Begriffe (Keywords)
- Strukturieren Sie Ihren Text – nutzen sie Listen für Aufzählungen, <strong> für Hervorhebungen, <cite> für Zitate etc.
- Bedenken Sie einfach, dass Suchmaschinen-Crawler den Quelltext Ihrer Website lesen und damit genau diese Auszeichnungen erkennen.
- Zeigen Sie den Suchmaschinen niemals etwas anderes als Ihren menschlichen Besucher/innen! Versuchen Sie lieber mit Hilfe der Vorgaben der Suchmaschinen, auch das Erlebnis Ihrer menschlichen Besucher auf Ihrer Website möglichst optimal zu gestalten.

### Keyword-Density

- Ihr für die jeweilige Seite / den jeweiligen Artikel ermitteltes wichtigstes Keyword muss im Artikel in einer vernünftigen Häufigkeit vorkommen.
- Aus dem Text muss klar werden, wovon er handelt. Wenn Sie nicht nur für Suchmaschinen, sondern v.a. für Menschen schreiben, ergibt sich das eigentlich von selbst, so lange Sie sich auf Ihr Thema konzentrieren.
- Als "vernünftige" Häufigkeit gilt zwischen 3 und 5 Prozent des gesamten Textes

## **Links und Alternativ-Texte**

Links sind die Grundlage des Webs. Ohne Vernetzung wäre es kein weltweites Netz. Die Crawler und Robots der Suchmaschinen folgen den Links auf Ihrer Website (solange sie es Ihnen nicht verbieten) und je besser Sie über Linktexte und Beschreibungen kommunizieren, desto lieber suchen die Crawler Ihre Website ab.

- Permalink-Struktur:
  - Permalinks sind die Links, über die Ihre Artikel von außen aufgerufen werden können.
  - Achten Sie darauf, dass Ihre Permalinks nicht kryptisch sind, sondern eine sinnvolle Seitenstruktur widerspiegeln.  
Also nicht: <http://www.ihredomain.de?id=07wg3&hk=xyz&term=irgendeinwort>  
Sondern: <http://www.ihredomain.de/sinnvollekategorie/sinnvollerartikelname>
  - In diesem Link sollte Ihr Keyword für den jeweiligen Artikel erscheinen.
- Manuelle Links:
  - Wenn Sie Links innerhalb Ihrer Website anlegen, achten Sie auf eine aussagekräftige Bezeichnung, die ebenfalls Ihr Keyword enthält.
  - Füllen Sie bitte auch den Titel des Links grundsätzlich immer sinnvoll (mit Ihrem jeweiligen Keyword) aus! Dieser Text bietet zusätzliche Möglichkeiten, den Suchmaschinen zu sagen, worum es geht.
- More-Links (Weiterlesen):
  - Das Wort "Hier", "Mehr" oder „Jetzt klicken“ als Link zu benutzen, ist ziemlich sinnlos - es sei denn, Sie wollen für „Hier“, „Mehr“ oder „Jetzt klicken“ besonders gut gefunden werden ;) Auch wenn Google angeblich auch die Worte um den Link herum mit in Betracht zieht, das ist lange nicht so stark und aussagekräftig, wie Ihre Linktexte und Beschreibungen.
  - In Wordpress gibt es für den „more“-Tag eine einfache Lösung:  
So sieht der normale more-Tag in der HTML-Ansicht Ihres Wordpress-Editors aus:  
<!--more--> Fügen sie nach dem more einfach Ihren individuellen Text hinzu, z.B.:  
<!--more Hier steht der Link-Text &raquo;-->

## **Bilder und Bildbeschreibungen**

- Es gibt viele Bilder im Web, die man am Besten über DSC78653 oder ähnlich kryptische Bezeichnungen findet. Da Menschen aber dazu tendieren, auch bei der Suche nach Bildern Worte zu verwenden, tun Sie gut daran, bereits in den jeweiligen Bildnamen die passenden Worte zu verwenden.
- Gut ist es auch hier, wenn Sie Ihr für die Seite ermitteltes Keyword verwenden können. Aber die Benennung sollte in jedem Fall zum Inhalt des Bildes passen.
- Wenn Sie in WordPress Bilder einfügen, füllen Sie bitte grundsätzlich immer Titel (title) und Beschreibung (alt) aus!
- Suchmaschinen können trotz aller Bemühungen den Inhalt von Bildern noch nicht vollständig erkennen und indizieren. Daher müssen Sie ihnen sagen, was auf dem Bild zu sehen ist.
- Sie benötigen diese Angaben auch, wenn Sie validen Code erzeugen wollen. Die Validität des Quellcodes wird - schon wegen der Unterstützung von Screenreadern etc. (Stichwort Barrierefreiheit) - zunehmend auch von den Suchmaschinen belohnt.

## Was sind Backlinks?

Backlinks sind Links anderer Websites, Verzeichnisse, Blogs etc., die auf Ihren Internetauftritt zeigen und passender Keywords enthalten

### **Stichwort: Google-Bombing**

- "miserable failure" → Website von Ex-Präsident Bush.
- „Blödzeitung“ → Bild.de

Backlinks werden immer wichtiger. Um Ihre Website in den Suchmaschinen gut auffindbar zu machen, ist eine möglichst hohe Anzahl von Backlinks erforderlich.

### **PageRank (PR):**

Indikator für die Anzahl der Backlinks bzw. die Linkpopularität - benannt nach dem Google Mitbegründer Larry Page, der den Algorithmus entwickelte, um Websites besser nach ihrer Relevanz bewerten zu können und damit den Google-Nutzern passendere Ergebnisse liefern zu können.

**Laut Wikipedia:** <http://de.wikipedia.org/wiki/PageRank>

„Der PageRank-Algorithmus ist eine spezielle Methode, die Linkpopularität einer Seite bzw. eines Dokumentes festzulegen. Das Grundprinzip lautet: Je mehr Links auf eine Seite verweisen, umso höher ist das Gewicht dieser Seite. Je höher das Gewicht der verweisenden Seiten ist, desto größer ist der Effekt. Das Ziel des Verfahrens ist es, die Links dem Gewicht entsprechend zu sortieren, um so eine Ergebnisreihenfolge bei einer Suchabfrage herzustellen, d.h. Links zu wichtigeren Seiten weiter vorne in der Ergebnisliste anzuzeigen.

### **Worauf müssen Sie beim Anfragen von Backlinks achten:**

- Wenn Sie andere Website-Betreiber darum bitten, einen Link zu Ihnen zu setzen, oder gar dafür bezahlen, achten Sie unbedingt auf den PageRank der verlinkenden Seite - denn dieser wird beim Verlinken ein Stück weit mit Ihnen geteilt.
- Achten Sie außerdem auf die Anzahl der ausgehenden Links, denn durch je mehr Stücke der PageRank-Kuchen geteilt wird, desto weniger davon kommt bei Ihnen an.
- Logisch ergibt sich daraus: keine Links von Linkfarmen. Google (er)kennt Linkfarmen und straft Backlinks von solchen auf Ihre Website im schlimmsten Fall sogar ab.
- Geben Sie den Webmastern der verlinkenden Website den passenden Linktext mit, damit nicht auch Sie irgendwann am Besten zu "Miserable Failure" gefunden werden ;)
- Themenrelevanz: ist inzwischen umstritten, da Google angeblich v.a. Wert auf die Anzahl von Backlinks legt: je mehr Links auf eine Website zeigen (zu bestimmten Begriffen), als umso relevanter wird sie eingestuft.
- Reziproke Backlinks nach dem Motto: ich linke zu Dir und Du zu mir. Google erkennt reziproke Links. Dreiecksverlinkungen gelten daher als Wirkungsvoller.

## ***Wie kann ich messen, wie gut meine Website in den Suchmaschinen gefunden wird?***

### ***Tracking:***

Google Analytics gibt klare Auskünfte darüber, wie viele Besucher Ihre Website täglich hat und über welche Quellen diese auf Ihre Website gelangen. Kontrollieren Sie regelmäßig, wie sich Änderungen, die sie an Ihrer Website vornehmen, auf die Besucherzahlen, Verweildauer, Absprungrate etc. auswirken!

### ***Webmaster-Tools:***

Die Google Webmaster-Tools zeigen Ihnen u.a., welche Stichwörter am Häufigsten auf Ihrer Website auftauchen, über welche Suchbegriffe Nutzer auf Ihre Seite gelangen, an welcher Position/Seite der Google Suchergebnisse Sie für welche Stichworte erscheinen etc. Hier können Sie Ihre Website auch bei Google anmelden und XML-Sitemap hinterlegen, die der Suchmaschine das Indizieren Ihrer Website vereinfacht.

### ***Seitwert:***

- der kostenlose Account von Seitwert.de gibt eine gute Übersicht über die wichtigsten Punkte, die für Ihre Auffindbarkeit in den Suchmaschinen wichtig sind.
- Mit den kostenpflichtigen Profi-Accounts erhalten Sie individuellere Analysen und können u.a. Keywords im Zeitverlauf überwachen und Konkurrenzanalysen durchführen.