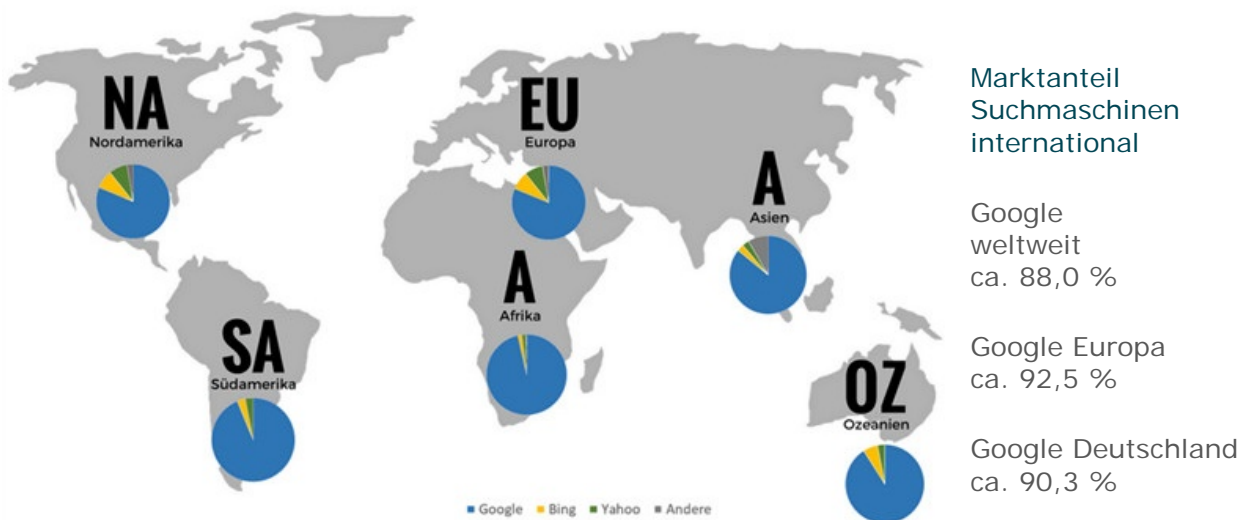




// Suchmaschinenoptimierung (kurz SEO, vom engl. search engine optimization)

Dass Suchmaschinenoptimierung für die eigene Webseite und somit für Ihr Unternehmen wichtig ist, haben Sie sicherlich schon mehrfach gehört. Damit Sie wissen, was damit gemeint ist, geben wir Ihnen eine kurze Einführung zum Thema SEO inkl. Erläuterungen zu den wichtigsten Grundlagen und Begriffen.

Warum wir uns im Bereich SEO auf Google konzentrieren?



Der Marktanteil von Google ist in Deutschland mit über 90 % sehr hoch. Andere Anbieter verlieren hierzulande immer weiter an Bedeutung. Aus diesem Grund konzentrieren wir uns im Bereich SEO auf den Weltmarktführer Google.

Google setzt zum Beispiel stark auf die Sicherheit des Internets und fordert deswegen verschlüsselte Datenübertragung auf allen Webseiten. Das SSL-Zertifikat ist somit zum Ranking-Faktor geworden. Weitere Informationen dazu finden Sie in unserem [SSL-Whitepaper](#).

Welche Grundelemente sollten OnPage optimiert werden?

Um ein gutes Ranking in den Google-Suchergebnissen zu erzielen, werden über 200 Faktoren berücksichtigt. Einige davon können optimiert werden. Das hilft nicht nur der Suchmaschine den Inhalt der Seite besser zu verstehen, sondern schafft auch für den Nutzer ein besseres Erlebnis auf der Webseite (User Experience).

Das erste, was der Nutzer der Suchmaschine Google von Ihrer Website sieht, ist das Suchergebnis an sich. Dieses beinhaltet die wichtigsten Faktoren der OnPage-Optimierung und besteht aus drei Teilen: Seitentitel (Meta-Title), URL und Seitenbeschreibung (Meta-Description).

mediatack GmbH
Tschaikowskistr. 52
09130 Chemnitz

Tel.: 0371 909580
Fax: 0371 9095888
www.mediatack.de
info@mediatack.de

Geschäftsführer:
Dipl. Betriebswirt (FH) Thomas Beyer
Amtsgericht Chemnitz HRB 192 36
Ust.-ID-Nr.: DE218085635

Sparkasse Chemnitz
Kto-Nr.: 3510004344
BLZ: 87050000
IBAN: DE73 8705 0000 3510 0043 44
BIC: CHEKDE81





Der **Seitentitel (Meta-Title)** wird als Überschrift des jeweiligen Suchergebnisses ausgegeben und muss relevant und aussagekräftig sein.

So genannte „sprechende URLs“ sind heute Standard. Konkret heißt das, dass alle (Unter-) Seiten eine aussagekräftige und **lesbare URL** bekommen (keine unverständliche Aneinanderreihung von Buchstaben und Zahlen), damit Nutzer und Suchmaschine sich zurechtfinden.

Mit der **Seitenbeschreibung (Meta-Description)** macht man es für Google leichter, den Inhalt einer Webseite und deren Mehrwert zu erfassen. Und für den Nutzer ist sie von noch größerer Bedeutung. Denn durch das „Schaufenster der Webseite“ kann er entscheiden, ob die Inhalte für ihn interessant sind.

mediatack GmbH: Full-Service-Internetagentur Chemnitz

<https://www.mediatack.de/> ▼

Sie suchen eine Online-Agentur in Chemnitz? Die mediatack GmbH versteht sich als Full-Service-Internet-Agentur - von TYPO3 bis Online-Marketing. Infos »

» Title
» URL
» Descr.

Keywords

Der Begriff Keywords wurde in den Anfängen der SEO stark (über)strapaziert. Das einzelne Keyword hat mittlerweile wesentlich weniger Gewicht als in der Vergangenheit. Trotzdem ist es nicht unbedeutend. Eine Keyword-Recherche bildet weiterhin die Grundlage für die Suchmaschinenoptimierung. Aber es reicht heute eben nicht mehr aus, das gewünschte Keyword oder die Keyword-Kombination in Seitentitel, Seitenbeschreibung und Hauptüberschrift (H1) unterzubringen. Dies bleiben weiterhin sinnvolle Aktionen, die aber als Basics anzusehen sind.

Synonyme, Antonyme und ergänzende Begriffe spielen eine immer größere Rolle. Wer all dies mit seinen Webseiten-Texten abdeckt – so Google – bietet den größten Mehrwert für den (Be)Sucher. Diese Art von Texten wird immer häufiger als „holistischer Content“ bezeichnet.

Seiteninhalt oder „Content is King“

Das schönste (optimierte) Google Suchergebnis hilft aber leider nicht weiter, wenn der Seiteninhalt nicht zum Title, der Description und letztlich zur Suchanfrage und Intention des Nutzers passt. Der Ausspruch „Content is King“ ist absolut zutreffend. Die Inhalte müssen relevant und aussagekräftig sein und sollten dem Nutzer einen Mehrwert bieten. Die Strukturierung und umfassende (holistische) Betrachtung von Themen ist eine der wichtigsten Entwicklungen der vergangenen Jahre. Dazu gehört übrigens auch die Verwendung von aussagekräftigen Fotos, Grafiken, Videos usw. Auch deren Optimierung mittels Dateiname, Bild-Titel und ALT-Text ist wichtig und kann z.B. zu Erfolgen über die Google Bildersuche führen. Des Weiteren sollten interne Links gesetzt werden, um die Vernetzung von Inhalten zu verdeutlichen. Relevante externe Links werden sparsam verwendet. Bei der Auswahl muss der Mehrwert für den Nutzer im Mittelpunkt stehen.

Technische Optimierung

Technische Grundlagen, die einmal eingerichtet werden, sind für Ihren SEO-Erfolg wichtig. Dazu gehört z.B. die **Sitemap**, die über die Search Console bei Google eingereicht wird, um der Suchmaschine den Aufbau der Webseite zu verdeutlichen.



Da die mobile Nutzung des Internets unaufhaltsam voran schreitet, wird die Optimierung der **Seitenladegeschwindigkeit** immer essentieller. Studien haben gezeigt, dass ein Großteil der Nutzer von Seiten abspringt, die länger als drei Sekunden laden. Zur Überprüfung der Seitenladegeschwindigkeit gibt es verschiedene kostenlose Tools, die Sie auch selbst ausprobieren können, z.B. [Google PageSpeed Insights](#). Untersucht werden dabei u.a. die Größe der verwendeten Bilder, die Komprimierung von Dateien oder die Cache-Einstellungen. Dadurch können sowohl technische Optimierungen vorgenommen als auch Hinweise für Redakteure abgeleitet werden. Für die mobile Optimierung können auch AMP-Seiten zum Einsatz kommen. Was sich hinter Google AMP verbirgt und warum es auch für Sie interessant sein kann, erfahren Sie in unserem [AMP-Whitepaper](#).

Kontinuierliche Suchmaschinenoptimierung

Dass Google seinen Suchalgorithmus immer wieder verändert und verbessert, ist kein Geheimnis. Mit dem Ranking Brain, das selbst lernt, welche Suchergebnisse für welche Suchanfragen relevant sind, geht diese Entwicklung noch einen Schritt weiter. Diese kontinuierliche Veränderung in Echtzeit ist ein Grund dafür, dass SEO keine einmalige Aufgabe auf einer Webseite ist. Im Gegenteil: Auch die Konkurrenz stagniert nicht, entwickelt ggf. ihre Webseite weiter und betreibt Suchmaschinenoptimierung. Das beeinflusst das Ranking natürlich ebenfalls. Um dauerhaft gut über Google gefunden zu werden, ist permanente SEO notwendig.

Google mag zudem aktuelle Webseiten, deren Inhalte stetig auf dem neuesten Stand sind, erweitert und verbessert werden. Die kontinuierliche Suchmaschinenoptimierung trägt genau zu diesen Punkten bei.

Monitoring

Um die Ergebnisse der Suchmaschinenoptimierung zumindest teilweise greifbar zu machen, ist Monitoring unerlässlich. Wir nutzen dazu ein Tool namens Xovi. Dieses beobachtet permanent die Rankings der hinterlegten Webseiten. Der Vorteil: Sie sehen nicht nur, wie sich Ihre eigene Positionierung in den Suchergebnissen verändert, sondern können diese auch mit den Rankings Ihrer Mitbewerber vergleichen. Wir bieten dies über ein monatliches Reporting an.

Um den Erfolg einer Webseite zu messen, sind aber nicht allein die Rankings von Interesse. Wichtig ist es auch, zu wissen, wie lange sich Nutzer auf der Seite aufhalten, wie sie sich verhalten und wo/wann sie die Seite beispielsweise wieder verlassen. All das kann durch die Einbindung von Google Analytics gemessen und ausgewertet werden. Dadurch lassen sich Rückschlüsse auf Ansatzpunkte zur Optimierung der eigenen Online-Präsenz ziehen.

Unsere Empfehlung



Gern analysieren wir, inwieweit Ihre Webseite den Richtlinien der Suchmaschinenoptimierung entspricht und decken eventuelle Verbesserungspotentiale auf. Im Anschluss haben Sie die Wahl: entweder wir übernehmen die kontinuierliche SEO für Sie oder wir zeigen Ihnen in einer Schulung, worauf Sie und Ihre Redakteure im Detail achten sollten. Grundsätzlich sollte das Thema Suchmaschinenoptimierung aber in seiner Wichtigkeit nicht unterschätzt werden.