

## **Suchmaschinen-Optimierung - Top-Platzierungen - so funktioniert`s**

Ihre Angebote werden nicht in den oberen Trefferergebnissen der Suchmaschinen gefunden. Sie erhalten daher nur sehr wenige Anfragen und Neukunden über Ihre Webseite. Das hat seinen Grund! Ihre Webseite ist nicht oder nur unzureichend auf Suchmaschinen optimiert! Bernd Weidmann, unter anderem Betreiber der Internetangebote [www.reitsport-marketing.de](http://www.reitsport-marketing.de) und [www.pferde.de](http://www.pferde.de) beschäftigt sich seit einiger Zeit intensiv mit dem Thema Suchmaschinen-Optimierung und sagt Ihnen auf was Sie achten müssen, um Ihre Positionen in Suchindex der Suchhilfen zu verbessern.

### **Was ist Suchmaschinen-Optimierung?**

Generell versteht man unter Suchmaschinen-Optimierung die Optimierung von Internetseiten für eine bessere Platzierung in den redaktionellen Trefferergebnissen in Suchmaschinen. Ausgeschlossen davon sind gekaufte Anzeigen (z.B Google-Adwords) oder Bannerwerbung. Verbunden mit einer Suchmaschinen-Optimierung ist eine breite Palette von Aktivitäten, wie z.B die Veränderung des Quelltextes, des Seitentitels, der Metatags und letztendlich der Texte innerhalb der Webseiten. Aber dazu später mehr. Seitdem die Suchmaschine Google mittlerweile eine Art Monopolstellung im Suchmaschinenmarkt (über 90 % Marktanteil) eingenommen hat, konzentrieren sich die Aktivitäten der "Suchmaschinen-Optimierer" vor allem auf Google. Eine Top-Platzierung in Google mit einem sehr gefragten und damit relevanten Suchbegriff bedeutet mehr gezielte Besucher auf der Internetseite, mehr Anfragen und damit mehr Geschäft.

### **Das bewerten Suchmaschinen!**

Suchmaschinen sind in der Tat "Maschinen", denen man Daten, Wörter und Begriffe vorgeben muss, damit diese den Inhalt verstehen und entsprechend einordnen können. Werden Internetseiten so programmiert, dass Suchmaschinen die Webseiten nicht verstehen bzw. werden wichtige Informationen vorenthalten, dann bleibt eine Aufnahmen in den Suchindex und die Möglichkeit der Kundengewinnung aus.

#### **Titel:**

Der Titel eine Webseite beschreibt eindeutig das Angebot der entsprechenden Webseite. Er wird von Suchmaschinen sehr stark bewertet und auch im Trefferergebnis als erste Textzeile dem Suchenden angezeigt.

#### **Beschreibung:**

Die Beschreibung untermauert die Aussage des Titels und beschreibt etwas ausführlicher, um was es in der jeweiligen Webseite geht. Die Beschreibung ist nicht so relevant wie der Titel. Dennoch sehr wichtig, da diese auch in der Regel im Trefferergebnis zwischen Titel und Internetadresse auftaucht und oft die Klickentscheidung des Suchenden aktiv beeinflusst.

#### **Häufigkeit eines Suchwortes:**

Je häufiger ein Begriff innerhalb eines Textes vorkommt, desto relevanter ist dieser Text in Bezug auf diesen Begriff. Es wird hier empfohlen den Text auf

maximal 500 Wörter zu begrenzen und den Suchbegriff 3-5 mal zu wiederholen.

Vorsicht: Wenn Begriffe offensichtlich und penetrant mehrfach verwendet werden, interpretieren Suchmaschinen das oft als "Spam" und der Schuss geht nach hinten los.

#### **Formatierung:**

Schriftgröße und Schriftform (z.B Fettdruck) kennzeichnen wichtige Begriffe. Suchmaschinen bewerten das ebenfalls als Aussage.

#### **Position eines Begriffes:**

Die Positionierung eines wichtigen Begriffes am Anfang und am Ende einer Seite ist von großer Bedeutung.

#### **Domainname:**

Enthält der Domainname den Suchbegriff, wird das von Suchmaschinen ebenfalls als relevant betrachtet.

#### **Linkpopularität:**

Je mehr Links auf Ihr Internetangebot geschaltet werden, um so populärer wird Ihre Seite. Sie steigt damit im Wert und klettert demnach in Suchmaschinen nach oben.

"Link ist nicht gleich Link"

Dabei sind themenrelevante Links von großer Bedeutung. Links von Seiten, die sich mit Ihrem Thema beschäftigen werden dabei höher bewertet als Links die völlig themenfremd sind. Beschreibt der Linktext den Suchbegriff, hat das ebenfalls eine höhere Relevanz als ein Linktext, der evtl. den Firmennamen oder die reine Internetadresse in sich trägt. Wenn Sie beispielsweise Reithemden verkaufen, wäre der Linktext "Reithemden", der zu Ihrer Webseite verweist sinnvoller, als "Reitsport Meier" oder "[www.meier-gmbh.de](http://www.meier-gmbh.de)".

#### **Aktualität:**

Suchmaschinen möchten Ihren Besuchern selbstverständlich keine Ladenhüter präsentieren bzw. Angebote, die es nicht mehr gibt. Aus diesem Grund besuchen die "Spider" der Suchmaschinen Ihre Webseiten regelmäßig und schauen nach, ob es neue Infos gibt. Wenn sich aber lange nichts tut auf Ihrem Internetangebot sinkt der Wert Ihrer Webseite und fällt im Trefferergebnis ab, da Google Ihre Webseite als wenig attraktiv und aktuell einschätzt.

In der Praxis bedienen sich alle Suchmaschinen mehr oder weniger den dargestellten Kriterien. Dabei unterscheiden sich im einzelnen die Gewichtungen und damit auch die unterschiedlichen Ergebnisse.

#### **Diese Fehler gilt es zu vermeiden!**

##### **Animationen:**

Vermeiden Sie aufwendige Animationen. Viele Webseiten versuchen mit animationsgeladenen Grafiken und Filmen Eindruck beim Besucher zu hinterlassen. Doch bei welchen Besuchern, wenn diese ausbleiben, da Suchmaschinen diese zum Großteil völlig ignorieren und Texte aus Grafiken

und Filmen nicht lesen und auswerten können.  
Texte in einfachen Bildern oder Grafiken sind definitiv nicht auswertbar.  
Verpacken sie dort wichtige Suchbegriffe, werden Sie in Suchmaschinen nicht gelistet.

### **Suchmaschinen-Spam:**

Vermeiden Sie ebenfalls wie oben beschrieben Suchbegriffe zu oft in den Text einzubinden. Seiten mit 250 Zeichen, auf denen ein Suchbegriff 10 mal wiederholt wird, kann als Spam von Suchmaschinen bewertet werden.

### **Nicht an Linklisten beteiligen**

Sind Sie sehr kritisch mit Linklisten (Top 100...), Suchmaschineneintragsdiensten ("Wir tragen Sie in 1000 Suchmaschinen ein...") oder Bannertauschprogramme. Die Links sind meist wenig wert, da Sie von Suchmaschinen nicht als "echte" Links honoriert werden. Anmeldungen in Linklisten und die Inanspruchnahme eines Suchmaschineneintragsdienstes haben oft zur Folge, dass Sie einige Tage später Ihren E-mail-Posteingang voller wunderschöner Werbemails haben.

### **Anmelden mehrerer Domains:**

Das Anmelden unzähliger Domainnamen, nur um maximale viele eigene Links auf das eigene Angebot zu setzen, macht mittlerweile auch keinen Sinn mehr. Suchmaschinen interpretieren diese Verweise als keine "echten" Links, da sie vom selben Anbieter stammen.

### **Sauber bleiben!**

Wo Gesetze vorgegeben werden, entstehen selbstverständlich auch kriminelle Energien, um sich geschäftliche Vorteile zu verschaffen. So gibt es Suchmaschinen-Optimierer, die Ihnen für gutes Geld garantieren, dass Ihre Webseite mit Ihren Suchwörtern die oberen Plätze belegt. Sind Sie auf der Hut vor solchen Angeboten. Kein seriöser Anbieter kann Ihnen eine Top-Platzierung garantieren. Sicher ist auch, dass die Suchmaschinen selbst ein großes Interesse daran haben nicht "veralbert" zu werden. Verstößt man gegen die Auflagen bzw. Gesetze der Suchmaschinen, wird das mit einem Ausschluss umgehend bestraft. Die Freude über einen vielleicht kurzfristigen Erfolg ist dann schnell verflogen.

### **Das Geheimrezept von Google**

Der Erfolg basiert auf einem einfachen und effizienten Verfahren des Google-Erfinders Larry Page, den sogenannten "PageRank". Besonders an diesem Verfahren ist eben die Einfachheit, die für eine Indexierung von Milliarden von Seiten zwingend ist.

Das Verfahren beruht auf der Annahme, dass ein Link eine Empfehlung darstellt. Wer einen Link auf eine andere Seite setzt, dem unterstellt man einfach, dass er damit eine andere Webseite empfehlen möchte. Somit stellt ein Link eine Auszeichnung dar. Wobei Links von selbst populären Seiten höher gewichtet werden als Links von unbedeuteten Seiten.

So ist für ein z.B für einen KFZ-Betrieb ein Link von einer hochfrequentierten Online-Autobörse ein vielfaches mehr wert wie ein Verweis von einer privaten Homepage eines Bekannten, der sich hobbymäßig mit Modellbauautos

beschäftigt..

Dargestellt wird der entstandene Wert mittels des sogenannten PageRank`s, einem Wert von 0-10. Um so höher der Wert, desto höher in der Regel die Platzierung in Suchmaschinen.

Haben Sie Fragen? Rufen Sie uns an: [www.reitsport-marketing.de](http://www.reitsport-marketing.de) (Tel: 06051-977240)