

Gordon Kronzucker

SEO / SEM



Suchmaschinenoptimierung - Google / Yahoo / MSN

Inhaltsverzeichnis

- I. Der Title - TAG
- II. Der Metatag Description
- III. Verbesserung der Struktur Ihrer URLs
- IV. Die Navigation auf Ihrer Website
- V. Qualitativ hochwertiger Content
- VI. Strukturieren Sie nach Themen:
- VII. Erzeugen Sie neuen und einzigartigen Content:
- VIII. Der Ankertext
- IX. Überschriften-Tags richtig verwenden
- X. Optimierung der Verwendung von Bildern.
- XI. Die robots.txt - Datei
- XII. Der rel="nofollow" für Links
- XIII. Werben Sie richtig für Ihre Website
- XIV. Die kostenlosen Webmaster-Tools
- XV. Die Webanalyse - Dienste.
- XVI. Quellenverweis:
- XVII. Weblinks:
- XVIII. Literaturtipps:

*

Herzlich willkommen bei der Einführung in Search Engine Optimization (kurz SEO oder aber auch auf Deutsch "Suchmaschinenoptimierung" genannt).

Obwohl Ihnen dieses Buch keine Geheimnisse verraten wird, die Ihre Websites automatisch auf die vorderste Seite der Suchergebnisse bei Google und Co. bringen, sollten Sie aber dennoch die folgenden bewährten Vorgehensweisen beachten um Ihre Webseite für Suchmaschinen einfacher zu machen dass diese Ihren Content (Inhalt) crawlen (abzurufen) kann und Ihre Webseite indexieren (Ihre Domain in die Liste der bei Google gespeicherten Domains aufnehmen) kann.

Suchmaschinenoptimierung macht es oft notwendig, kleine Änderungen auf Teilen Ihrer Website durchzuführen. Wenn man diese Änderungen jeweils für sich allein betrachtet, mögen sie nur wie kleine Verbesserungen wirken, aber wenn sie mit den anderen Optimierungsmaßnahmen kombiniert werden, können sie eine deutliche Wirkung auf Nutzer Ihrer Site und das Abschneiden in der organischen Suche (unbezahlte Suche, Gegensatz zu AdWords) haben.

Wahrscheinlich sind Ihnen viele der Themen hier bereits vertraut, weil sie grundlegende Bestandteile der Planung einer jeden Website sind, aber möglicherweise finden Sie noch die eine oder andere Anregung.

! Suchmaschinenoptimierung beeinflusst nur die Ergebnisse der organischen Suche und nicht die bezahlten oder gesponserten Ergebnisse wie zum Beispiel Google AdWords!

Obwohl der Titel dieses Buches Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO, enthält, möchte ich Sie darauf hinweisen, dass Entscheidungen bezüglich der Optimierung zuallererst darauf ausgerichtet sein sollten, was für die menschlichen Besucher Ihrer Website am besten ist.

Schließlich sind sie die wahren Konsumenten Ihres Contents und benutzen Suchmaschinen nur, um Ihr Werk ausfindig zu machen. Wenn Sie sich zu stark darauf konzentriert, in den Ergebnissen der organischen Suche vorne dabei zu sein, bringt das eventuell nicht das gewünschte Resultat. Bei Suchmaschinenoptimierung geht es darum, die Website von der besten Seite zu präsentieren, was die Sichtbarkeit in Suchmaschinen anbelangt.

Ein Beispiel kann die folgenden Erklärungen besser untermauern, und deshalb präsentiere ich Ihnen hier eine fiktive Website, die Sie die ganze Einleitung lang begleiten wird.

Zu jedem Schwerpunkt liegt viel Material vor. Hier gibt es ein wenig Hintergrundinformationen zur Website, die wir nun im Beispiel benutzen werden.

- Website / Firmenname: "Brandon's Baseball Sammelkarten"
- Domainname: brandonsbaseballcards.com
- Fokus: Reiner Online-Shop für Baseball-Sammelkarten mit Preislisten, Artikeln
- und News
- Größe: Klein, rund 250 Seiten

Ihre Website mag kleiner oder größer sein und ganz anderen Content bieten, aber die Tipps zur Optimierung, die ich Ihnen gleich vorstellen, sollten für Sites jeder Größe und jedes Typs gelten.