

Search Engine Optimization - Suchmaschinenoptimierung

SEC

Web Videos Bücher Bilder News Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 2.430.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

Suchmaschinenoptimierung - Professionell & Kompetent

Anzeige www.seocomplete.de/SEO ▾

Jetzt Kostenloses Angebot Anfordern

SEO Beratung - Mobile SEO - SEO Webdesign - Suchmaschinenoptimierung



Anzeigen ⓘ

Suchmaschinenoptimierung - sumo.de

Anzeige www.sumo.de/ ▾

mit SUMO- seriös und professionell. Wenn SEO, dann SUMO.

Suchmaschinenoptimierung - DieWebAG.de

Anzeige www.diewebag.de/SEOBoost ▾

Viele versuchen es, wir können es. Erfolg mit Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung – Wikipedia

de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung ▾

Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (SEO; engl.)

bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im organischen ...

Arbeitsweise - Akademische ... - Ethische Regeln - Linkpyramide

[PDF] Einführung in Suchmaschinenoptimierung - Google

www.google.de/.../docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf ▾

Suchmaschinenoptimierung) sind und die Interaktion ihrer Website mit ...

Suchmaschinenoptimierung macht es oft notwendig, kleine. Änderungen auf Teilen ...

SEO & Suchmaschinenoptimierung - Ihr SEO-united.de Team

www.seo-united.de/ ▾

Wer mit seiner Seite gefunden werden möchte, der sollte sie einer Suchmaschinen-optimierung unterziehen. Tatsache ist, dass meistens nur die ersten 10 ...

Suchmaschinenoptimierung, Ihre Webseite gut platzieren!

Top 10 Platzierung

www.seo-kueche.de/ ▾

Dank Suchmaschinenoptimierung.

Jetzt kostenloses Angebot anfordern

SEO Einstiegsangebot

www.online-solutions-group.de/seo ▾

Testen Sie uns! Professionelle SEO

Leistungen zum unschlagbaren Preis.

Suchmaschinenoptimierung

www.seopt.de/ ▾

Nachhaltig, skalierbar & erfahren.

SEO-Strategien mit Weitblick.

Suchmaschinenoptimierung

www.premiumclass.de/ ▾

0911 49024980

Seriöse Seo Agentur seit 1996

Festpreis ab 39 € m. Top Referenzen

SEO einfach selber machen

www.rankingcoach.com/ ▾

IT Innovationspreis-Gewinner 2012:

rankingCoach jetzt kostenlos testen

Suchmaschinenoptimierung.

www.cronoseo.de/ ▾

Ab €50/Mt. Überzeugen Sie sich +3000

Kunden. Unser Ziel ist Ihr Erfolg!

Search Engine Optimization - Suchmaschinenoptimierung

SEC

Web Videos Bücher Bilder News Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 2.430.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

Suchmaschinenoptimierung - Professionell & Kompetent

Anzeige www.seocomplete.de/SEO ▾

Jetzt Kostenloses Angebot Anfordern

SEO Beratung - Mobile SEO - SEO Webdesign - Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung - sumo.de

Anzeige www.sumo.de/ ▾

mit SUMO- seriös und professionell. Wenn SEO, dann SUMO.

Suchmaschinenoptimierung - DieWebAG.de

Anzeige www.diewebag.de/SEOBBoost ▾

Viele versuchen es, wir können es. Erfolg mit Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung – Wikipedia

de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung ▾

Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine Optimization (SEO; engl.) bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten im organischen ...
Arbeitsweise - Akademische ... - Ethische Regeln - Linkpyramide

[PDF] Einführung in Suchmaschinenoptimierung - Google

www.google.de/.../docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf ▾

Suchmaschinenoptimierung) sind und die Interaktion ihrer Website mit ...
Suchmaschinenoptimierung macht es oft notwendig, kleine Änderungen auf Teilen ...

SEO & Suchmaschinenoptimierung - Ihr SEO-united.de Team

www.seo-united.de/ ▾

Wer mit seiner Seite gefunden werden möchte, der sollte sie einer Suchmaschinen-optimierung unterziehen. Tatsache ist, dass meistens nur die ersten 10 ...

Suchmaschinenoptimierung, Ihre Webseite gut platzieren!

www.nmo-web.com/ ▾

Suchmaschinenoptimierung professionell und seriös von NMO-Web. Unser Angebot komplett ohne Bindung durch Laufzeitverträge und zu fairen Konditionen!

SOS Seo Blog - Suchmaschinen-Optimierung Inside



www.sosseo.de/ ▾

von Gerald Steffens - in 3.137 Google+ Kreisen

19.05.2014 - Nachdem ich in den vergangenen Jahren öfters auf größeren Seo Konferenzen und Events anzutreffen war, entwickelt sich 2014 immer mehr ...

ABAKUS Internet Marketing GmbH ...

www.abakus-internet-marketing.de/ ▾

Suchmaschinenoptimierung & SEO mit ABAKUS - Als professionelle SEO Agentur mit mehr als ✓ 10 Jahren Erfahrung am Markt bieten wir Ihnen ✓ SEO ...

Anzeigen ⓘ

Top 10 Platzierung

www.seo-kueche.de/ ▾

Dank Suchmaschinenoptimierung.
Jetzt kostenloses Angebot anfordern

SEO Einstiegsangebot

www.online-solutions-group.de/seo ▾

Testen Sie uns! Professionelle SEO Leistungen zum unschlagbaren Preis.

Suchmaschinenoptimierung

www.seopt.de/ ▾

Nachhaltig, skalierbar & erfahren.
SEO-Strategien mit Weitblick.

Suchmaschinenoptimierung

www.premiumclass.de/ ▾

0911 49024980

Seriöse Seo Agentur seit 1996

Festpreis ab 39 € m. Top Referenzen

SEO einfach selber machen

www.rankingcoach.com/ ▾

IT Innovationspreis-Gewinner 2012:
rankingCoach jetzt kostenlos testen

Suchmaschinenoptimierung.

www.cronoseo.de/ ▾

Ab €50/Mt. Überzeugen Sie sich +3000 Kunden. Unser Ziel ist Ihr Erfolg!

Suchmaschinenoptimierung

www.isa-media.de/SEO ▾

Erfolg einer Website ist steuerbar.
Jetzt kostenlos informieren.

Ihre Website auf Seite 1

www.25net.de/ ▾

Suchmaschinenoptimierung seit 14 Jahren, viele Referenzen, Festpreis

Hier könnte Ihre Anzeige stehen »

Maßnahmen, die dazu dienen, dass eure Webseiten im organischen Suchmaschinenranking in den unbezahlten Suchergebnissen auf höheren Plätzen erscheinen



Ist eine auf einem mathematischen Algorithmus zur Relevanzbewertung von Webseiten bzw. -inhalten aufbauende Software zur Recherche im Internet.

Liefert eine nach bestimmten Kriterien geordnete Liste welche am ehesten mit dem Suchwort bzw. der Suchphrase in eine sinnvolle Beziehung gebracht werden konnten.

Da nicht bei jeder Suchanfrage das gesamte World Wide Web durchsucht werden kann, verfügen bekannte Suchmaschinen über einen eigenen Index, d.h. sie crawlen das World Wide Web selbstständig nach neuen Inhalten und speichern deren Veränderungen auf einem eigenen Server.

Neben den auf einem eigenen Index basierenden Suchmaschinen, gibt es es auch noch "Metasuchmaschinen", welche lediglich die Ergebnisse bestehender Suchmaschinen neu aufbereiten sowie so genannte "Antwortmaschinen", welche versuchen, die Antwort auf eine Suchanfrage direkt, d.h. ohne Verweise zu anderen Webseiten zu liefern.

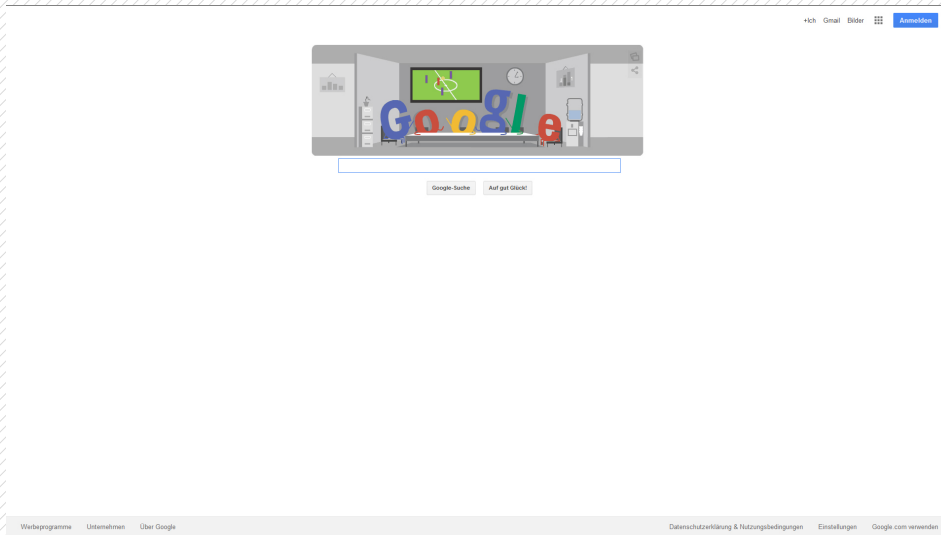


Die ersten Suchmaschinen entstanden Mitte der 90er Jahre.

Die ersten größeren Suchmaschinen waren die Metasuchmaschine WebCrawler, Lycos und Alta Vista.

1998 entwickelten Larry Page und Sergey Brin Google.

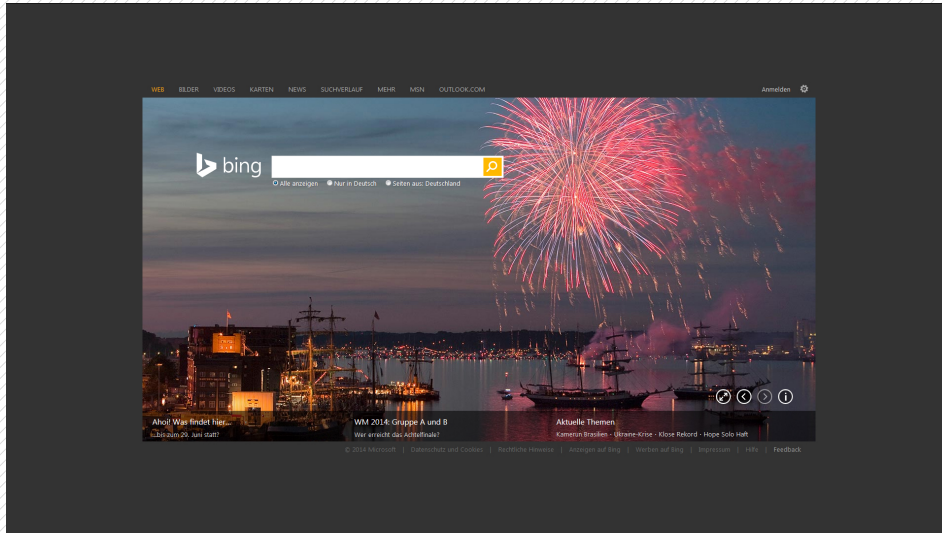
Schnell erkannten auch Yahoo! und MSN, zwei weitere Suchdienste eher im Stile eines Webverzeichnisses, dass sich die neue Technologie der Suchmaschine Google durchsetzen würde. Da Larry Page und Sergey Brin sich den PageRank jedoch sofort patentieren ließen, blieb ihnen nichts anderes übrig, als sich teuer bei Google einzukaufen. Heute, auch wenn Yahoo! mittlerweile offiziell mit Microsoft kooperiert und die Suche der Suchmaschine Bing verwendet, ist die Suchmaschine Google absoluter Marktführer. Der weltweite Marktanteil von Google beträgt, nimmt man die Suchmaschinen hinzu welche ebenfalls Googles Index bzw. PageRank als Rankingkriterium nutzen, weit über 75%.



Weltweite Marktanteil von Google beträgt, nimmt man die Suchmaschinen hinzu welche ebenfalls Googles Index bzw. PageRank als Rankingkriterium nutzen, weit über 75%

In Deutschland 90%.

Die Listung der Suchergebnisse bzw. das Ranking bei Google erfolgt nach einem speziellen Algorithmus welcher ständig erweitert bzw. verbessert wird. Eines der wichtigsten Kriterien nach dem die Ergebnisse bei Google sortiert werden ist der PageRank. Andere Kriterien für ein gutes Ranking bei Google sind z.B. der Content und die Aktualität einer Seite, deren Title und Description, der Name einer Domain, deren URL-Struktur, die richtige Verwendung von Bildern und Videos, ausgehende Links, das Alter einer Webseite und noch viele mehr.



Weltweite Marktanteil in Deutschland von 3-4%

In USA liegt Bings Marktanteil wegen der Beliebtheit des E-Mail-Dienstes von Yahoo! deutlich höher, aber auch hier führt Google mehr oder weniger unangefochten noch den Markt an.

Bei den Rankingfaktoren stehen bei Bing, genau wie bei Google, einmal die externen Faktoren (Backlinks, Social Signals usw.) und einmal der eigentliche Inhalt einer Webseite auf der To-do-Liste einer erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung.

Die Link- bzw. Domainpopularität wird bei Bing angeblich nicht so stark wie bei Google gewertet. Das Vorkommen des Suchwortes in der Domain, im Title, in der Description und im Text dagegen wird etwas höher als bei Google gewichtet. Der momentan hierzulande doch noch eher geringe Marktanteil von Bing könnte sich womöglich irgendwann noch ändern, da Bing z.B. mit Facebook oder auch Twitter kooperiert.



Yahoo kaufte 2003 Overture und Inktomi. Zusammen mit deren Technologie sollte ein neuer, eigener, und von Google unabhängiger Suchservice entstehen. Anfang 2004 gab Yahoo das Vorhaben der Etablierung einer eigenen Suchmaschine endgültig auf. Mittlerweile kooperiert Yahoo wie gesagt mit der

Microsoft Corporation und verwendet die Suche von Bing.

Die Rankingfaktoren nach denen die Suchergebnisse bei Yahoo bzw. Bing gelistet werden sind den Faktoren der Suchmaschine Google recht ähnlich. Linkpopularität (inkl. Social Signals) und individueller Content stehen auch hier an erster Stelle.

OnPage & OffPage

SEC





Die OnPage-Optimierung umfasst alle inhaltsseitigen Anpassungen der eigenen Internetseite. Hierzu zählen die Optimierung des Seiteninhalts (auch Content) in Bezug auf Inhaltsqualität, Formatierungen, Überschriften etc., aber auch technische Aspekte, wie die Header und Tags, sowie die interne Linkstruktur der Seite. In der Regel geht einer Offpage-Optimierung immer eine OnPage-Optimierung voraus. Der eigentlich für Suchmaschinen konzipierte Meta-Tag Keyword wird von Google inzwischen nicht mehr berücksichtigt. Gleiches gilt für den Meta-Tag Description.



Der richtige URL-Aufbau bzw. das richtige URL-Design ist eine wichtige Voraussetzung für eine gute Platzierung in den Ergebnissen bekannter Suchmaschinen.

Generell lässt sich sagen, dass das URL-Design, genau wie die gesamte Webseite, nicht explizit für Suchmaschinen, sondern in erster Linie für den Besucher gemacht werden sollte. Du solltest daher immer verständliche und dem Content der jeweiligen Seite entsprechende URLs definieren. Benutze wichtige Keywords und vermeide kaum verständliche Zahlen- und Zeichenkombinationen.

Parameter wie z.B. beispiel.de/webshop/index.php?product_id=10 sind eher ungeeignet und sollten wenn möglich vermieden werden.

So genannte "sprechende" URLs, d.h. klar und einfach strukturierte bzw. definierte Adressen, sind sowohl für Suchmaschinen als auch für den Besucher einer Seite von Vorteil.



Der Seitenaufbau bzw. das Menü einer Webseite muss einfach und klar strukturiert werden.
Vermeide falsche bzw. fehlerhafte Verlinkungen.

Eine Webseite ist stets in mehrere Ebenen unterteilt. Bei kleinen und mittleren Webseiten kommt man oft mit insgesamt zwei oder drei Ebenen aus, aber auch große Projekte lassen sich in drei oder maximal fünf Ebenen unterteilen.

Zu viele Ebenen gilt es zu vermeiden, da die Crawler der Suchmaschinen nicht jedem Pfad automatisch folgen, sondern ab einer bestimmten Ebene eine Webseite eventuell auch wieder verlassen.

Bei der Erstellung des Menüs solltest du darauf achten, möglichst HTML- bzw. Textelemente zu verwenden. Bilder sind als Komponenten eines Menüs eher ungeeignet.

Vereinfacht lässt sich sagen, dass eine auf den Besucher einer Webseite abgestimmte und seinem natürlichen Verhalten angepasste Navigation gleichzeitig auch dazu führen wird, dass Suchmaschinen die jeweilige Seite schneller und besser erfassen können.



Zum einen bietet eine Sitemap dem Besucher deiner Webseite einen einfachen Überblick bzw. eine einfache Navigationsmöglichkeit.

Zum anderen liefert sie den Suchmaschinen eine einfache Möglichkeit, eine Webseite schnell zu crawlen. Sitemaps speziell für Suchmaschinen werden auch **Meta-Sitemaps** genannt. Hier werden Informationen (Relevanz, letzte Aktualisierung usw.) in Form einer mittlerweile standardisierten XML-Datei gespeichert, auf der Webseite verlinkt oder direkt auf den Server hochgeladen.

Mit Hilfe einer Sitemap können die Crawler der Suchmaschinen eine Webseite schnell und ressourcensparend durchsuchen.

Darüber hinaus ist es sinnvoll, auch dem Besucher einer Webseite eine eigene Sitemap bzw. Navigationshilfe anzubieten. Diese sollte wenn möglich nicht mehr als 50-100 Links enthalten und ebenfalls direkt von der Startseite verlinkt werden.



Der Begriff "Content" wird für den eigentlichen Inhalt einer Webseite verwendet.

Der Content einer Seite bezeichnet dabei alle dargestellten Medien, also Texte, Bilder, Audio- und Videodateien.

Der Inhalt einer Webseite ist mit Abstand der **wichtigste Rankingfaktor** überhaupt.

Wer seine Webseite in regelmäßigen Abständen mit individuellen und qualitativ hochwertigen Inhalten befüllt, wird früher oder später auch in den Ergebnissen der bekannten Suchmaschinen weit oben gelistet werden.



Nur wenn die Crawler der Suchmaschinen wirklich neue Informationen finden, wird deine Seite dort auch hoch gelistet.

Bei nahezu identischem Inhalt, z.B. wenn du Texte anderer Webseiten einfach kopieren, wird deine Seite aufgrund von Duplicate Content abgestraft und eventuell sogar komplett aus dem Index entfernt.

Achte immer darauf, den Suchmaschinen sowie deinen Besuchern wirklich auch individuelle Informationen anzubieten.

Ein individueller bzw. einzigartiger Content ist einer der wichtigsten, wenn nicht sogar der wichtigste Rankingfaktor überhaupt.



Ein sinnvoll zusammenhängender, individueller und informativer Text ist die Grundlage einer jeden Optimierungsarbeit.

Verzichte darauf, die Suchwörter mit denen du gefunden werden willst, überdurchschnittlich oft im Text unterzubringen.

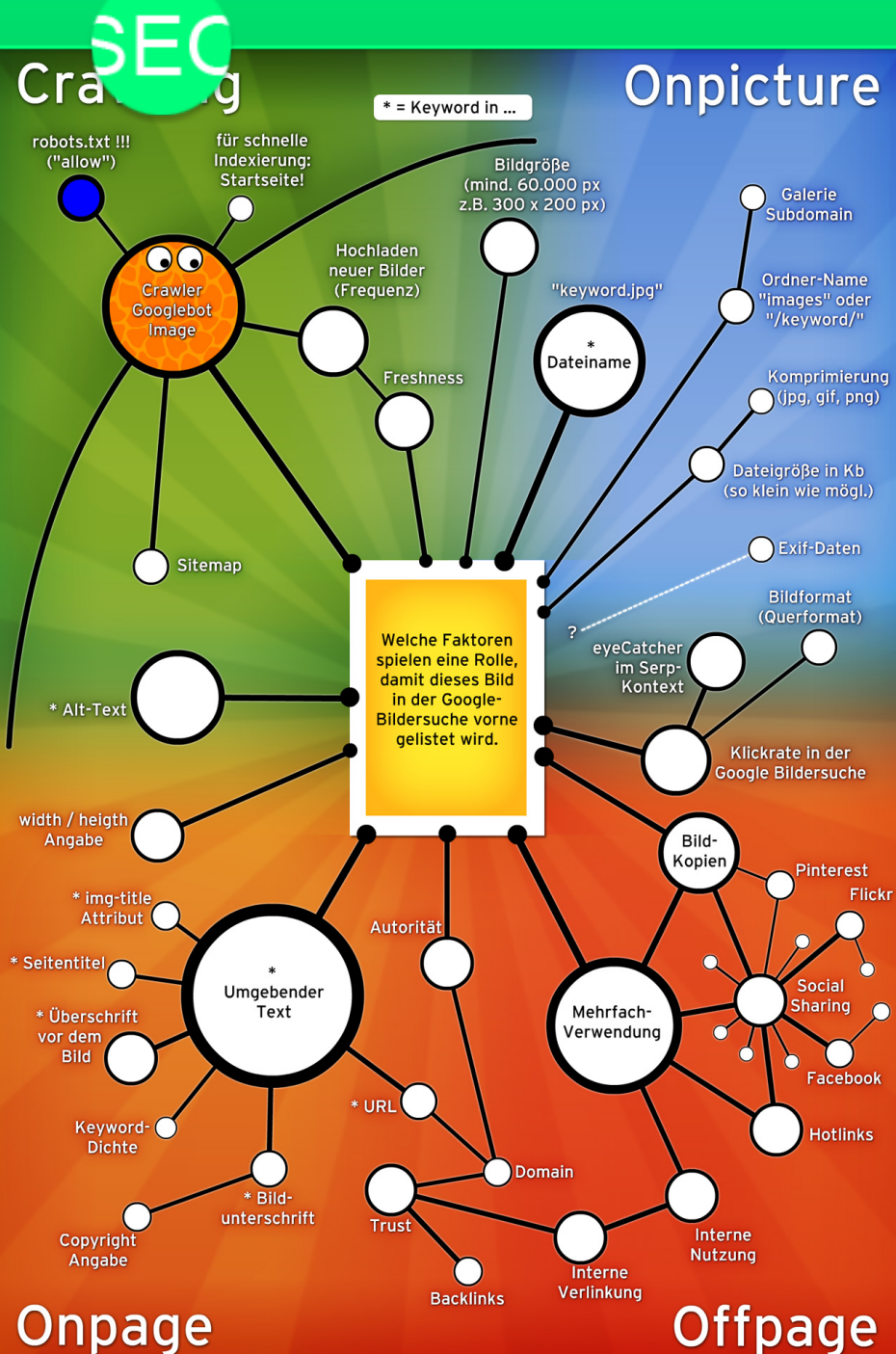
Die Keyworddichte, auch Keyword- Density genannt sollte einen Wert von 3-5% nicht überschreiten.

Konzentriere dich bei der Optimierung der Texte der Webseite nicht nur auf einige wenige Keywords, sondern versuche ebenfalls auch Kombinationen aus mehreren Wörtern im Text unterzubringen.

Manchmal ist es auch von Vorteil, die Optimierung der Texte einer Webseite in mehrere Etappen zu unterteilen.

Da es wenig Sinn macht, eine noch neue Webseite auf wirklich hart umkämpfte Keywords zu optimieren, kann es gerade zu Anfang ratsam sein, sich zuerst auf etwas weniger oft optimierte Keywords oder Kombinationen zu konzentrieren.

OnPage Content Bilder



Füge jedem Bild einen alternativen kurzen Text (Alt-Text) und ggf. auch eine weiterführende Beschreibung (Title-Text) hinzu.

Da der Alt-Text auch sehbehinderten Menschen eine Orientierung bietet, sollte er eine möglichst präzise Zusammenfassung des dargestellten Bildes enthalten.

Mit Hilfe des Alt- oder auch Title-Textes lieferst du nicht nur deinen Besuchern sondern auch Suchmaschinen wertvolle weiterführende Informationen über die von dir gemeinte Aussage der Bilder auf der Webseite.



Nicht nur für den Besucher, sondern auch für Suchmaschinen ist es sinnvoll, den Text einer Webseite übersichtlich zu gliedern.

Ein "unsauberer" HTML-Code kann die Crawler einer Suchmaschine dazu veranlassen, deine Webseite frühzeitig zu verlassen und nicht in vollem Umfang zu durchsuchen.

Bei der Gliederung des auf einer Webseite enthaltenen Textes bieten sich besonders die HTML-Tags H1 bis H6 an.

Verwende H1 für die eigentliche Überschrift der Webseite. Diese sollte stets auch einige wichtige Keywords enthalten.

Ein weiteres Mittel, einen bestimmten Teil eines Textes gezielt hervorzuheben, sind Textmarkierungen.

Gesondert ausgezeichnete Passagen und vor allen Dingen Überschriften werden von den Crawlern der Suchmaschinen als besonders wichtig eingestuft und helfen mit den dort enthaltenen Keywords höher gerankt zu werden.



Eine Webseite, deren Inhalte regelmäßig aktualisiert und erweitert werden, findet bei Suchmaschinen mehr Beachtung als eine Seite, deren Inhalte seit längerer Zeit unverändert sind. Aktualisierungen veranlassen die Crawler der Suchmaschinen dazu, deine Seite öfters zu besuchen. Werden dagegen nach wiederholtem Crawl keine neuen Inhalte gefunden, werden die Crawler den Zeitraum zwischen ihren Besuchen verlängern und ggf. die Seite auch schlechter ranken.

TIPP:

Wenn du selbst keine Zeit hast, ständig neue Inhalte zu erstellen, bietet sich immer auch die Möglichkeit, den Besucher deiner Webseite in die Erstellung neuer Inhalte mit einzubeziehen. Du kannst einen Blog oder auch ein Forum in die Webseite integrieren und die dort neu geschriebenen Kommentare bzw. Beiträge auf der Startseite anzeigen.

Auch die Einbindung von Social Media Buttons (Facebook, Twitter, Google+ usw.) kann zu vermehrten Interaktionen der Besucher führen.



Meta-Tags sind zumeist im Header einer Webseite hinterlegte HTML-Codierungen, welche so genannte Metadaten über eine Webseite enthalten.

Die in den Meta-Tags hinterlegten Informationen erleichtern den Crawlern der Suchmaschinen das gezielte Durchsuchen einer Webseite indem sie ihnen wichtige Anweisungen geben.

Da Meta-Tags für den Besucher unsichtbar sind, wird immer wieder versucht, dort so viele Informationen wie möglich einzufügen.

Gerade in der Anfangszeit hatten die Suchmaschinen aufgrund der vielen und oft in keiner Weise themenrelevanten Informationen große Probleme, entsprechende Webseiten richtig zuzuordnen. Vor allen Dingen mit dem Keyword-Tag wurde noch vor einigen Jahren sehr viel Missbrauch getrieben. Nicht zuletzt auch aus diesem Grund ist die Bedeutung der meisten Meta-Tags für das Ranking einer Webseite nach wie vor eher gering.

Der Title ist einer der wichtigsten Onpage-Rankingfaktoren. Der im Title-Tag hinterlegte Text wird bei allen bekannten Suchmaschinen auch als fester Bestandteil des so genannten "Snippets" in den Ergebnissen angezeigt.

Der Title einer Webseite sollte einen Text beinhalten, der auf der einen Seite verständlich und klar zusammengefasste Informationen für den Suchenden enthält und auf der anderen Seite die für Suchmaschinen relevanten Keywords. Beides zusammen ist oftmals gar nicht so leicht, da der Text in einem Snippet ab einer bestimmten Anzahl von Zeichen automatisch gekürzt wird.

The screenshot shows a Google search results page for the query 'Suchmaschinenoptimierung'. The search bar at the top contains the text 'Suchmaschinenoptimierung'. Below the search bar, there are tabs for 'Web', 'Videos', 'Bücher', 'Bilder', and 'News'. The 'Web' tab is selected. The search results show approximately 2,430,000 results found in 0.34 seconds. The first three results are highlighted with a yellow background. The first result is from 'www.seocomplete.de/SEO' and is titled 'Suchmaschinenoptimierung - Profes'. The second result is from 'www.sumo.de/' and is titled 'Suchmaschinenoptimierung - sumo.'. The third result is from 'www.diewebag.de/SEOBoost' and is titled 'Suchmaschinenoptimierung - DieWe'. The fourth result is from 'www.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung' and is titled 'Suchmaschinenoptimierung – Wikiped'. The fifth result is from 'www.google.de/.../docs/einfuehrung-in-suchmaschine' and is titled '[PDF] Einführung in Suchmaschinenoptimierung'. The sixth result is from 'www.seo-united.de/' and is titled 'SEO & Suchmaschinenoptimierung -'. The seventh result is from 'www.suchmaschinenoptimierung.de/' and is titled 'Suchmaschinenoptimierung, Ihre We'.

Web Videos Bücher Bilder News

Ungefähr 2.430.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

Suchmaschinenoptimierung - Profes
Anzeige www.seocomplete.de/SEO ▼
Jetzt Kostenloses Angebot Anfordern
SEO Beratung - Mobile SEO - SEO Webdesign - Suc

Suchmaschinenoptimierung - sumo.
Anzeige www.sumo.de/ ▼
mit SUMO- seriös und professionell. Wenn SEO, dann

Suchmaschinenoptimierung - DieWe
Anzeige www.diewebag.de/SEOBoost ▼
Viele versuchen es, wir können es. Erfolg mit Suchma

Suchmaschinenoptimierung – Wikiped
de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung ▼
Suchmaschinenoptimierung oder Search Engine O
bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass Webs
Arbeitsweise - Akademische ... - Ethische Regeln - Li

[PDF] **Einführung in Suchmaschinenoptimierung**
www.google.de/.../docs/einfuehrung-in-suchmaschine
Suchmaschinenoptimierung) sind und die Interaktio
Suchmaschinenoptimierung macht es oft notwendi

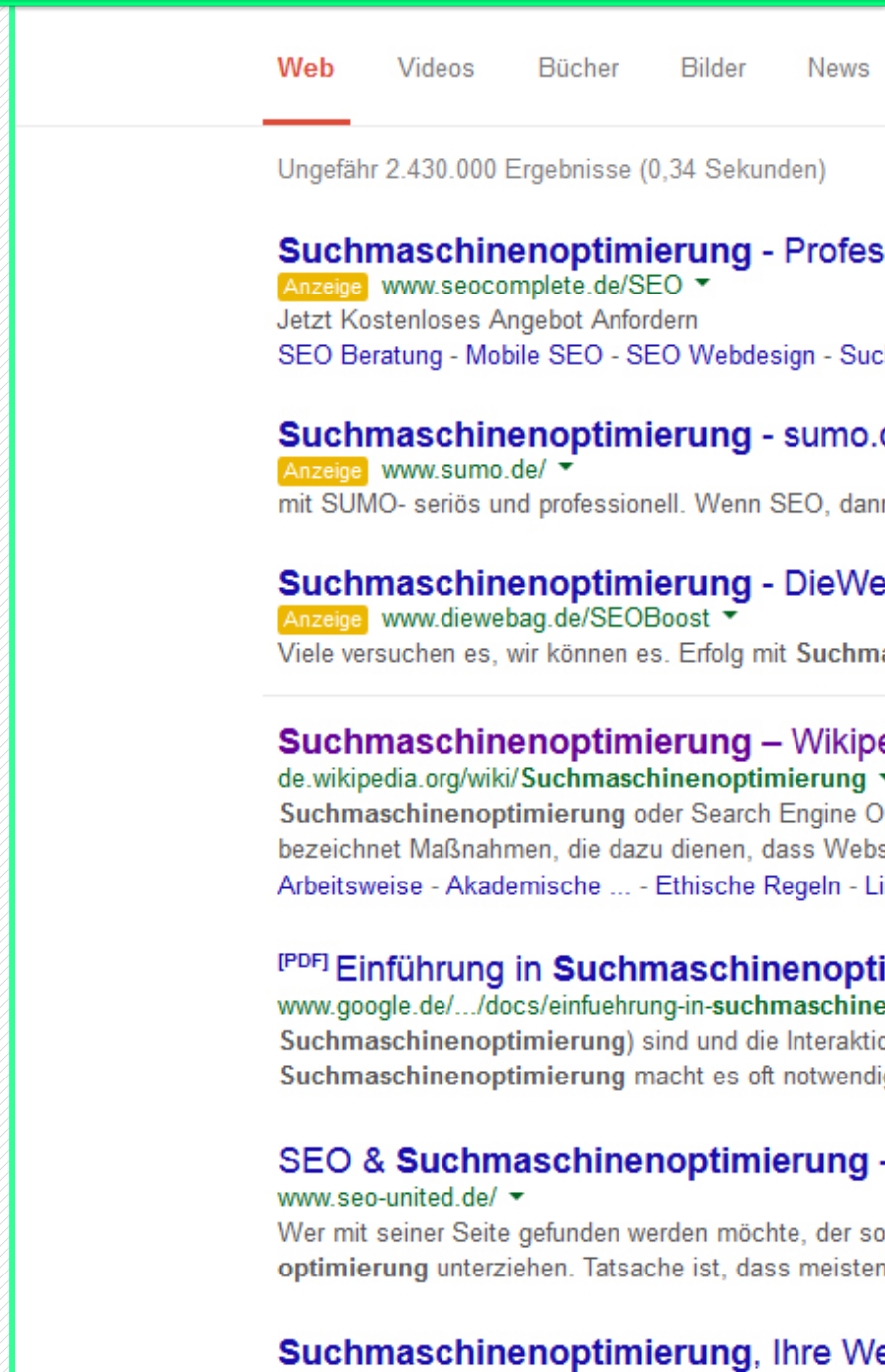
SEO & Suchmaschinenoptimierung -
www.seo-united.de/ ▼
Wer mit seiner Seite gefunden werden möchte, der so
optimierung unterziehen. Tatsache ist, dass meisten

Suchmaschinenoptimierung, Ihre We

Der im Meta-Tag Description aufgeführte Text erscheint bei den meisten Suchmaschinen ebenfalls im Snippet deiner Webseite. Füge auch hier eine möglichst genaue und inhaltlich verständliche Zusammenfassung der Informationen der Webseite ein. Die Description sollte den Suchenden dazu anregen, das Snippet anzuklicken und deiner Seite auch zu besuchen.

Der Description-Tag sollte nicht wesentlich länger als 150 Zeichen sein, da auch er eventuell nur gekürzt dargestellt bzw. sogar verändert wird. Versuchen Sie dementsprechend, die wichtigen Informationen Ihrer Webseite eher an den Anfang des Textes der Description zu setzen.

```
<meta name="description" content=". . ." />
```





Die im Keyword-Tag gelisteten Begriffe haben nach wie vor nur einen sehr geringen Einfluss auf das Ranking einer Webseite, einige Suchmaschinen ignorieren diese sogar nach offiziellen Aussagen. Da es auf der anderen Seite auch keine negativen Auswirkungen hat, wenn du den Keyword-Tag richtig verwendest, solltest du diesen auch nutzen. Bitte nicht mehr als **3-5 Keywords** verwenden.

```
<meta name="keywords" content="Internetagentur, SEO-Agentur, Werbeagentur" />
```

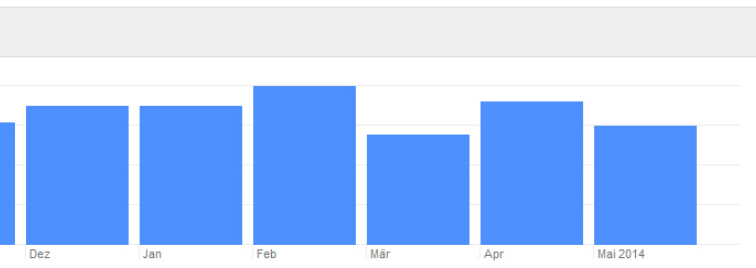
OnPage MetaTags Meta Keywords Analyse

SEC

Kundennummer: 666-794-1322
carloenke90@gmail.com



ne ändern



Herunterladen Alle hinzufügen (3)

	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat [?]	Wettbewerb [?]	Vorgeschlagenes Gebot [?]	Anteil an mögl. Anz.impr. [?]	Zu Plan hinzufügen
ung, optimierung webseite, webs...	100	Mittel	1,84 €	0 %	»
n, webseite optimieren, suchmas...	70	Niedrig	2,40 €	0 %	»
ng, suchmaschinenoptimierung, ...	300	Hoch	7,04 €	0 %	»

1 - 3 von 3 Anzeigengruppen

Ihr Plan

Gespeichert bis zum 08.07.2014

Ihr Plan ist leer. Wählen Sie eine Anzeigengruppen-Idee aus oder klicken Sie auf "+", um eine neue Anzeigengruppe zu erstellen.

Anzeigengruppen: 0

Feedback ge

SISTRIX

Dashboards

Reports

Listen

Keywords (Zeige 1 bis 100 von 32.008)

« 1 2 3 4 5 6 10 20 30 40 50 100 »

Keyword	Position	URL
uni weimar	1	www.uni-weimar.de/
bauhaus uni weimar	1	www.uni-weimar.de/
piazza	1	www.uni-weimar.de/de/universita
bauhaus weimar	1	www.uni-weimar.de/
bauhaus uni	1	www.uni-weimar.de/
weimar uni	1	www.uni-weimar.de/
m18	1	m18.uni-weimar.de/
universität weimar	1	www.uni-weimar.de/
bauhausuni weimar	1	www.uni-weimar.de/
summerschool	1	www.uni-weimar.de/summerscho
markus krajewski	1	www.uni-weimar.de/medien/wisse
bauhaus universität	1	www.uni-weimar.de/
olaf weber	1	www.uni-weimar.de/de/gestaltung
falkenburg weimar	1	www.uni-weimar.de/de/universita
haab opac	1	opac.ub.uni-weimar.de/DB=2/
petra löffler	1	www.uni-weimar.de/de/medien/p
bauhaus uni weimar pinnwand	1	www.uni-weimar.de/de/universita
bauhausuni	1	www.uni-weimar.de/
bauhausuniversität weimar	1	www.uni-weimar.de/
foucault andere räume	1	www.uni-weimar.de/cms/uploads
matthias hagen	1	www.uni-weimar.de/en/media/ch
wasser und umwelt	1	www.uni-weimar.de/Bauing/wbba
mechanische verfahrenstechnik skript	1	www.uni-weimar.de/Bauing/aufbe
bauhaus uni weimar bibliothek	1	www.uni-weimar.de/de/univers
bauhaus weimar uni	1	www.uni-weimar.de/
wasser umwelt	1	www.uni-weimar.de/de/bauingeni
abbruchkosten umbauter raum	1	www.uni-weimar.de/Bauing/au
haab weimar opac	1	opac.ub.uni-weimar.de/DB=2/

Überblick

Keywords

Keyword-Ideen

Ranking-Veränderungen

Ranking-Verteilung

Wettbewerber

Chancen

Verzeichnisse

Hostnamen

Länder

Links

Überblick

Links

Link-Entwicklung

Linktexte

Verlinkte Seiten

Domains

TLDs

Länder

Neue Links

Social Signals

Überblick

Neue URLs

Top-URLs

Facebook

Twitter

Google+

SEM

Überblick

Keywords

Display-URLs

AdCopy



Content-Type: - Art der Webseite sowie der verwendete Zeichensatz definieren

Durch die enthaltenen Angaben erleichtern Sie den Crawlern unter anderem auch das korrekte Lesen von Umlauten.

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
```

Page-Type: - Typ der Webseite (Informationsseite, eine Anleitung, ein Verzeichnis oder auch eine Community)

```
<meta name="page-type" content="anleitung">
```

Revisit: - gibt an, in welchen zeitlichen Abständen die Webseite von den Crawlern besucht werden soll

```
<meta name="revisit-after" content="7 days">
```

Robots: - gebe den Robots bzw. Crawlern der Suchmaschinen gezielte Anweisungen welche Teile der Seite durchsucht werden sollen und welche nicht.

Es empfiehlt sich eine ausgelagerte Textdatei, die so genannte robots.txt.

```
<meta name="robots" content="index, follow" />
```



Das Domainalter ist ein wichtiger Rankingfaktor.

Nach dem Prinzip "**old is gold**" werden alte und bekannte Webseiten bzw. Autoritäten bei der Auflistung der Suchmaschinenergebnisse bevorzugt behandelt.

Die Suchdienste gehen davon aus, dass Seiten welche schon einige Jahre existieren und dabei regelmäßig aktualisiert wurden, dem Suchenden umfangreiche und bessere Informationen bieten können als z.B. eine noch sehr neue Seite.

Andererseits gibt es für ganz neue Seiten oft einen so genannten "**Newbie-Bonus**", d.h. sie werden für einige Zeit überdurchschnittlich hoch gerankt.



Ebenfalls ein wichtiger Rankingfaktor sind ausgehende Links, vor allen Dingen zu wichtigen und themenrelevanten Webseiten, so genannten Autoritäten. Die ausgehenden Links einer Webseite geben Aufschluss über den eigentlichen Content einer Seite und zeigen den Suchmaschinen, dass deine Webseite ein möglicherweise wichtiger Bestandteil der Infrastruktur des Internets ist.

Generell hat kein Betreiber einer Webseite etwas dagegen wenn du einen Link zu seiner Seite setzt. Achte bei der Verlinkung von anderen Webseiten immer darauf, einen dem Thema der Seite entsprechenden Linktext zu verwenden. Bedenken bei der Verlinkung anderer Webseite die Tatsache, dass mit jedem ausgehenden Link immer auch ein wenig deiner eigenen "Linkpower" abgegeben bzw. übertragen wird.

Um die Linkpower deiner eigenen Webseite möglichst hoch bzw. konstant zu halten, solltest du nicht viel mehr als 10-15 ausgehende Links in eine einzelne Seite einbauen.

OnPage Weitere interne Rankingfaktoren

SEC

Experten gehen davon aus, dass Google weit **über 250 Faktoren** bei der Listung der Suchergebnisse berücksichtigt.

GOOGLE'S 200 RANKING FACTORS
The Complete List

Google has confirmed that they use approximately 200 ranking signals in their algorithm. However, they've never publicly listed them all. While this infographic is by no means official, it aggregates the best information we have about how Google ranks pages and websites.

HTML ERRORS/ WC3 VALIDATION
Lots of HTML errors or sloppy coding may be a sign of a poor quality site. While controversial, many in SEO think that WC3 validation is a weak quality signal.

PAGE'S PAGERANK
Not perfectly correlated. But in general, higher PR pages tend to rank better than low PR pages.

URL PATH
A page closer to the homepage may get a slight authority boost.

PAGE CATEGORY
The category the page appears on is a relevancy signal. A page that's part of a closely related category should get a relevancy boost compared to a page that's filed under an unrelated or less related category.

KEYWORD IN URL
Another important relevancy signal.

REFERENCES AND SOURCES
Citing references and sources, like research papers do, may be a sign of quality. The Google Quality Guidelines states that reviewers should keep an eye out for sources when looking at certain pages:

PRIORITY OF PAGE IN SITEMAP
The priority a page is given via the sitemap.xml file may influence ranking.

DOMAIN FACTORS

DOMAIN AGE
Matt Cutts states that: "The difference between a domain that's six months old versus one year old is really not that big at all."

KEYWORD APPEARS IN TOP LEVEL DOMAIN
Doesn't give the boost that it used to, but having your keyword in the domain still acts as a relevancy signal. After all, they still bold keywords that appear in a domain name.

IN OTHER WORDS, THEY DO USE DOMAIN AGE... BUT IT'S NOT VERY IMPORTANT.

SITE-LEVEL FACTORS

CONTACT US PAGE
The aforementioned Google Quality Document states that they prefer sites with an "appropriate amount of contact information". Supposed bonus if your contact information matches your whois info.

SITE ARCHITECTURE
A well put-together site architecture (especially a silo structure) helps Google thematically organize your content.

NUMBER OF PAGES
The number of pages a site is a weak sign of authority. At the very least a large site helps distinguish it from thin affiliate sites.

SITE UPTIME
Lots of downtime from site maintenance or server issues may hurt your ranking (and can even result in deindexing if not corrected).

SSL CERTIFICATE (E-COMMERCE SITES)
Google has confirmed that they index SSL certificates. It stands to reason that they'll preferentially rank ecommerce sites with SSL certificates.

DUPLICATE CONTENT ON-SITE
Google has confirmed that they index SSL certificates. It stands to reason that they'll preferentially rank ecommerce sites with SSL certificates.

MOBILE OPTIMIZED



Ein weiteres internes Rankingkriterium ist die Größe der jeweiligen Webseite, d.h. die Anzahl der Unterseiten und der jeweilige Umfang dieser Seiten.

Suchmaschinen gehen davon aus, dass auf einer Webseite welche aus 100 Einzelseiten besteht, mehr bzw. genauere Informationen zum jeweiligen Thema zu finden sind als auf einer Webseite mit nur 10 oder 20 Einzelseiten.

Versuche den Suchmaschinen so viele Informationen wie möglich anzubieten.

Achte jedoch immer darauf, dass wirklich jede einzelne Seite individuelle Informationen enthält.

Allgemein gilt, dass die **Qualität** einer Webseite bedeutend **wichtiger** ist **als** die **Quantität**.



Wenn du mit deiner Webseite mit einem bestimmten Keyword auf den vorderen Ergebnispositionen bekannter Suchmaschinen gelistet werden möchtest, ist es wichtig, dass der Text der Seite neben den Keywords stets auch einige Synonyme enthält.

Es macht keinen Sinn, eine Webseite auf nicht der Thematik des Contents entsprechende Keywords zu optimieren. Konzentriere dich immer nur auf einige wenige Wörter oder auch Phrasen und versuche diese gezielt zu optimieren.

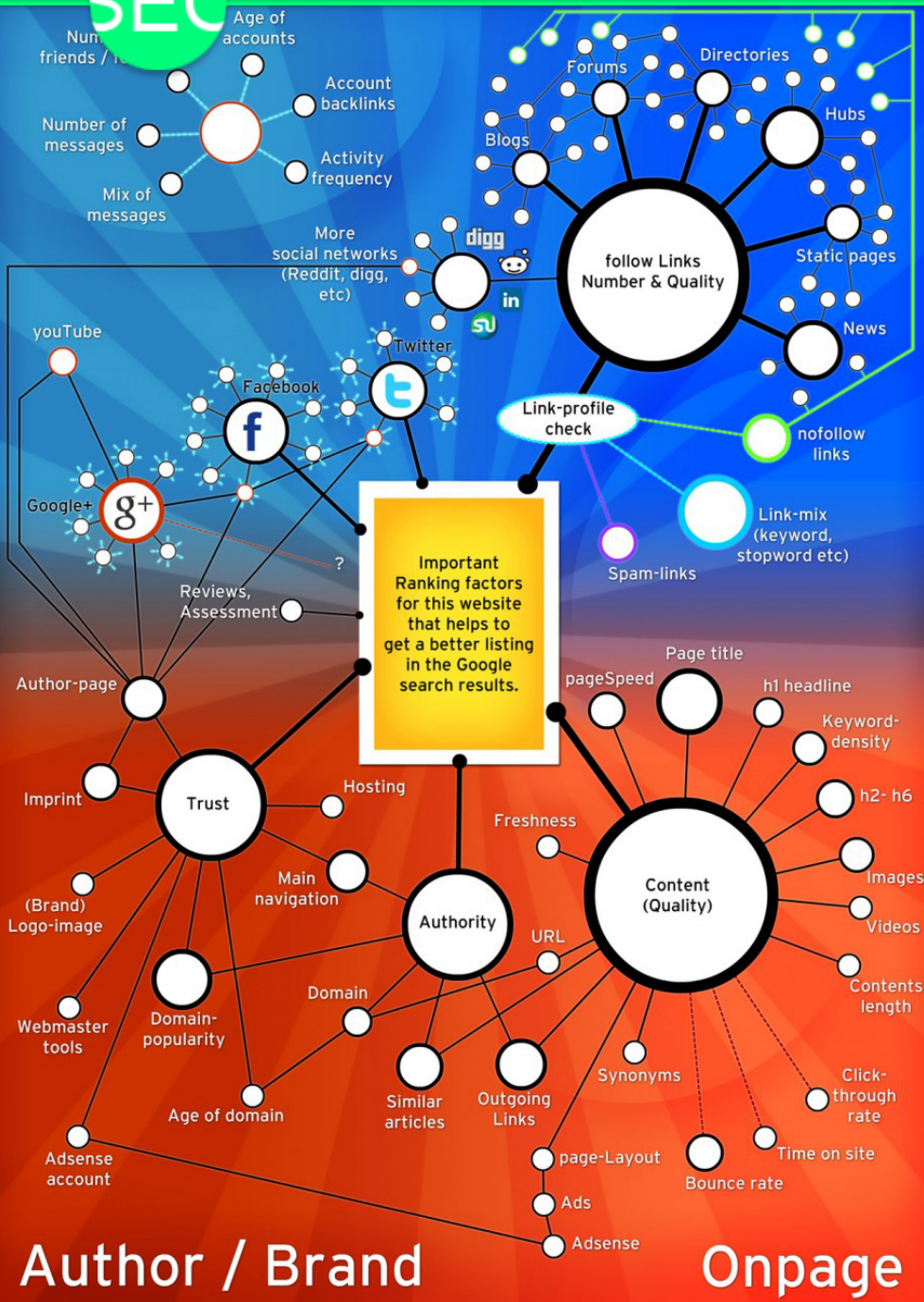


Auch die Verwendung von Wörtern des gleichen Wortstammes (**Auto, Autos** usw.) im Text einer Webseite ist wichtig, um mit dem entsprechenden Keyword hoch gelistet zu werden.

Genauso wie das Vorkommen von Synonymen, zeigt auch die Verwendung von Wörtern des **gleichen Stammes** den Suchmaschinen, dass der gesamte Inhalt Ihrer Seite relevant ist und dem Suchenden umfangreiche Informationen bieten kann.

OffPage

SEC



Die „OffPage-Optimierung“ findet fernab der zu optimierenden Seite statt und bezeichnet alle Maßnahmen außerhalb der zu optimierenden Website.



Links von anderen Seiten, sind für ein gutes Ranking einer Webseite in den gängigen Suchmaschinen nach wie vor unabdingbar.

Anzahl und Qualität der Backlinks einer Seite ist einer der wichtigsten Rankingfaktoren überhaupt.

Jeder Link wird von den Suchmaschinen unterschiedlich bewertet bzw. gewichtet. So kann es sein, dass eine Webseite mit nur wenigen, aber dafür qualitativ hochwertigen bzw. starken Backlinks, höher gelistet wird, als eine Seite mit sehr vielen, aber dafür eher schwachen Links.



Ein Kriterium, mit welchem Links bewertet und verglichen werden können, ist der so genannte PageRank. Der von den beiden Gründern der Suchmaschine Google erfundene PageRank definiert die "Wertigkeit" einer Webseite anhand der Anzahl und Qualität der auf sie verweisenden Links. Der PR wird in einer Skala von 0-10 angegeben, wobei 10 den höchsten Wert bzw. die höchste Gewichtung darstellt.

Es ist ein großer Unterschied, ob eine Seite mit einem PageRank bzw. PR von 2 einen Link zu Ihrer Webseite setzt oder eine Seite mit einem PageRank von z.B. 6 auf Ihre Seite verweist. Der Link der Webseite mit einem PR von 6 wird von Google höher gewichtet als der PR 2 Link.

Generell gesehen, hat fast jeder Link einen positiven Einfluss auf das Ranking einer Webseite, Sie sollten jedoch immer versuchen, dass möglichst "wertige" Seiten auf Ihre Webseite verlinken.



Ein auf deine Seite verweisender Link sollte wenn möglich immer ein oder mehrere für deine Seite wichtige Keywords enthalten. Generell sollte der Linktext eine Länge von 3-6 Wörtern nicht überschreiten, da die Wertigkeit des jeweiligen Links bzw. die "Linkpower" mehr oder weniger gleichmäßig auf die einzelnen Keywords verteilt wird.

Damit die wichtigen Keywords bei der externen Verlinkung Verwendung finden, bietet es sich an, einige Linkvorlagen oder Linktextvorschläge auf deiner Webseite zu veröffentlichen. Der interessierte Besucher kann dann einfach den HTML-Code des Backlinks kopieren und auf seiner eigenen Webseite einfügen.

Wichtig ist, dass die Linktexte zu deiner Webseite variieren. Verwende unterschiedliche Linktexte, indem du z.B. einfach auf mehrere Keywords gleichzeitig optimierst und dabei stets auch Synonyme verwendest.



Eine Webseite wird von Suchmaschinen in mehr oder weniger wichtige Bereiche unterteilt. Der wichtigste Bereich einer Webseite ist der eigentliche Content. Ein Link innerhalb des Textes wird von Suchmaschinen höher gewichtet als z.B. ein Link irgendwo am Rand einer Webseite.

Generell lässt sich folgende Einteilung machen:

Ein Link innerhalb des Textes bzw. im sichtbaren Bereich einer Webseite wird am höchsten gewichtet.

Danach folgen Links links und rechts neben dem Content.

So genannte Footerlinks, d.h. Links ganz unten auf einer Webseite, werden nicht so stark gewichtet.

Das Gleiche gilt für eigens für das Tauschen von Links eingerichtete Seiten, z.B. Partnerseiten.



Auch das Alter der Backlinks einer Webseite spielt eine Rolle. Um den plötzlichen Anstieg von durch nur kurzfristig gekaufte bzw. gemietete Links unnatürlich "gepushten" Webseiten in den Suchergebnissen zu vermeiden, dauert es oft eine gewisse Zeit, bis die externen Links einer Webseite in vollem Umfang von den bekannten Suchmaschinen berücksichtigt werden.



Die Anzahl der anderen Seiten, die mit einem Backlink auf deine Webseite verweisen, ist ebenfalls ein wichtiger Rankingfaktor.

Linkpopularität: Ist die Anzahl aller Links, die auf eine bestimmte Webseite verweisen bzw. von ihr auf eine bestimmte andere Seite verlinken. Bei der Linkpopularität werden auch diejenigen Links gezählt, die von verschiedenen Unterseiten ein und derselben Webseite auf deine Seite verweisen.

Domainpopularität: Ist die Anzahl aller Domains, die auf eine Webseite verweisen. Bei der Domainpopularität werden diejenigen Links, die von verschiedenen Unterseiten ein und derselben Webseite auf deine Seite verweisen als nur ein Link gezählt.

IP-Popularität: Ist die Anzahl aller Server bzw. IP-Blöcke, die auf eine Webseite verweisen. Bei der IP-Popularität werden diejenigen Links, die von ein und demselben Server bzw. IP-Block auf deine Seite verweisen als nur ein Link gezählt.



Je höher man im Ranking einer Suchmaschine steigt, umso wichtiger wird die Themenrelevanz der auf eine Webseite verweisenden Links.

Suchmaschinen gehen zunächst einmal davon aus, dass themenrelevante Backlinks nicht kommerziell erworben wurden, sondern deswegen eingefügt worden sind, um dem Besucher der verlinkenden Seite weiterführende Informationen anzubieten.

Achten Sie möglichst immer darauf, hauptsächlich von Seiten verlinkt zu werden, deren Thematik mit dem Thema Ihrer eigenen Webseite in einem möglichst engen Zusammenhang steht.

Themenrelevanz ist kein Ausschlusskriterium für einen qualitativ hochwertigen Link.

Auch die Links themenfremder Seiten wirken sich positiv auf das Ranking einer Webseite aus.



Ein bestmöglich mit den diesbezüglichen Richtlinien bekannter Suchmaschinen einhergehender Linkaufbau ist eine der wichtigsten Maßnahmen im Zuge einer nachhaltig erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung. Spätestens seit der "Existenz" der Google Sandbox, einem Filter innerhalb des Algorithmus der Suchmaschine Google, welcher neue Webseiten mit "zu vielen Links innerhalb zu kurzer Zeit" zunächst einmal in eine Art "Sandkasten für Kinder" verfrachtet, sollte der Linkaufbau einer Webseite stets natürlich wirken.

Gerade bei einer neuen Webseite sollten anfangs nicht zu viele bzw. zu starke Links gesetzt werden. Eine normale Webseite, welche z.B. bereits nach wenigen Tagen über 50 Backlinks von Seiten mit einem bereits existierenden PageRank verfügt, wirkt für Suchmaschinen eher unnatürlich und wird womöglich deswegen zunächst auch erst einmal abgestraft.

In der Anfangsphase des Linkaufbaus sollten generell gesehen eher wenige, d.h. maximal 2-5 Links pro Woche gesetzt werden, da die Gesamtzahl der Links einer Webseite nicht sprunghaft sondern eher kontinuierlich zunehmen sollte.

Ein natürlich wirkender Linkaufbau ist nie wirklich strukturiert.



Gerade in der Anfangsphase des Linkaufbaus ist es oft nicht leicht an geeignete Links zu kommen. Deine Webseite ist noch unbekannt und hat noch einen PageRank von 0. Der Eintrag in ausgewählte Webkataloge bzw. -verzeichnisse ist eine gute Möglichkeit, wie du schnell und einfach einige Backlinks generieren können.

Webverzeichnisse: Es gibt mittlerweile nur noch eine Handvoll Verzeichnisse (DMOZ bzw. das Open Directory Projekt), bei denen sich ein Eintrag noch bezahlt macht. Nach wie vor ist ein Eintrag bei DMOZ von relativ hoher Bedeutung, da viele Suchmaschinen ihn sehr positiv bewerten.

Webkataloge: Ein Kriterium bei der Auswahl geeigneter Webkataloge ist der PageRank der Seite, auf der dein Eintrag später veröffentlicht wird. Achte bei der Auswahl potentieller Webkataloge immer darauf, dass diese auch wirklich redaktionell gepflegt werden und nicht hauptsächlich nur aus Spam-Einträgen bestehen.

Trage deine Webseite in höchstens 5-10 ausgewählte Webverzeichnisse bzw. -kataloge ein.

Eine kostenlose Möglichkeit, Links von anderen Webseiten zu erhalten, stellen Artikelverzeichnisse bzw. Gastbeiträge dar. Der Vorteil von Artikelverzeichnissen bzw. dem Schreiben von Gastbeiträgen auf anderen Webseiten liegt darin, dass man im Zuge seines Artikels natürlich auch auf sich bzw. seine Webseite aufmerksam machen kann.

Mittlerweile gibt es unzählige Möglichkeiten der Veröffentlichung von Beiträgen auf anderen Webseiten. Genau wie bei den Webkatalogen, sollten Sie auch hier darauf achten, dass der von Ihnen geschriebene Artikel nicht auf irgendeiner Unterseite mit einem späteren Pagerank von 0 veröffentlicht wird. Wenn man ein wenig recherchiert, findet man auch heute noch Artikelverzeichnisse die einen vergleichsweise hohen PR besitzen.

Da der Content einer Webseite der wichtigste Rankingfaktor überhaupt ist, sollten Sie bei der Auswahl geeigneter "Drittwebseiten" stets auch überlegen, ob es nicht doch besser wäre, den womöglich mühevoll von Ihnen selbst geschriebenen Text nicht doch auf einer Ihrer eigenen Seiten zu veröffentlichen.



In Bezug auf das Thema Linkaufbau ebenfalls interessant ist die Tatsache, dass du beim Kommentieren auf Weblogs die Adresse deiner Webseite hinterlassen kannst und diese dort meistens sogar als ein sich positiv auf das Ranking auswirkender "Follow-Link" freigeschaltet wird.

Durch die neuartigen Verlinkungsmöglichkeiten haben viele Weblogs einen vergleichsweise hohen PageRank bzw. eine hohe Autorität. Backlinks insbesondere aus den Artikeln von Weblogs werden von den Betreibern bekannter Suchmaschinen als qualitativ hochwertige Links angesehen.

Das beste was du machen kannst, um dauerhaft qualifizierte Backlinks von Weblogs zu erhalten, ist das Betreiben eines eigenen Blogs. Werde zu einem "Blogger" und helfe dabei, das Thema deiner Webseite auch unter anderen Bloggern noch weiter bekannt zu machen.

Da Social Bookmarks bzw. Social Signals ständig von unzähligen Mitgliedern immer wieder neu bewertet bzw. geteilt werden, spielt das Ranking innerhalb derartiger "Listen" indirekt auch eine Rolle für das Ranking einer Webseite. Je nachdem, mit welchen anderen Unternehmen die Betreiber bekannter Suchmaschinen gerade eine Kooperation geschlossen haben, nutzen sie die Daten bzw. Informationen der jeweiligen Dienste womöglich auch dazu, um ihre eigenen Daten mit den dortigen Informationen noch einmal abzugleichen.

Social Bookmarks bzw. Social Signals gewinnen in Zukunft immer mehr an Bedeutung. Wer seine Seite umfassend für Suchmaschinen optimieren möchte, sollte sich in jedem Fall auch mit den charakteristischen Eigenschaften der unterschiedlichen sozialen Netzwerke auseinandersetzen.



Presseverteiler sind dafür gedacht, wichtige Mitteilungen an relevante Adressen wie z.B. Verlagshäuser, Redakteure oder auch Journalisten weiterzuleiten. Durch das gezielte Versenden von Pressemitteilungen über ausgewählte Verteiler erhält man immer auch einige externe Links, welche sich positiv auf das Ranking einer Webseite auswirken können.

Man kann nicht sagen, dass kostenpflichtige Presseverteiler generell immer besser sind. Tatsache ist jedoch, dass gerade bei den kostenlosen Anbietern kaum selektiert bzw. näher recherchiert wird. Bei den kostenpflichtigen Anbietern dagegen, werden die Mitteilungen auf deren vollständigen Inhalt überprüft und z.B. bestimmten Themengebieten zugeordnet. Oft werden dann gleich mehrere Mitteilungen an dafür passende Adressaten, z.B. den Redakteuren bestimmter Zeitungen oder Zeitschriften versendet.

Wenn du mit einer Pressemitteilung erreichen möchtest, dass die für ein bestimmtes Thema qualifizierten Journalisten diese irgendwann auch zu Gesicht bekommen, solltest du dir die Mühe machen, diese entweder direkt zu kontaktieren.

Eine weitere Möglichkeit, um schnell und einfach das Ranking einer Webseite ein wenig zu verbessern, ist das selektive Eintragen in ausgewählte Link- bzw. Toplisten.

Die von entsprechenden Anbietern genutzten Linklisten sind oft einfach nur wahllose Ansammlungen diverser Verweise aus den unterschiedlichsten Bereichen. Das Ranking deiner Webseite wird durch einen Eintrag in diese Listen kaum positiv beeinflusst. Meistens schaden derartige Einträge nur und das Ranking deiner Webseite verschlechtert sich.

Google selbst weist in seinen Richtlinien explizit noch einmal darauf hin, dass man von Eintragungen in Listen ausschließlich bzw. vornehmlich zur Steigerung des PageRanks absehen sollte. Ratsamer ist es daher, sich für einige ausgewählte Toplisten zu bewerben und darauf zu hoffen, dort tatsächlich dann auch aufgenommen zu werden.

Bedenke, auch das "Umfeld" deiner Webseite ist ein Rankingfaktor. Links aus kaum geprüften Listen können leicht auch als "Bad Neighbourhood" eingestuft werden und dementsprechend deiner Webseite eher schaden als nützen.



Genau wie bei den internen Faktoren, gibt es auch bei den externen Rankingfaktoren noch viele weitere Kriterien, die bei der Listung der Ergebnisse von den Betreibern bekannter Suchmaschinen berücksichtigt werden.

Im Augenblick gibt es noch mehr interne Kriterien, wobei die Tendenz dahin geht, dass zukünftig externe, d.h. weniger beeinflussbare bzw. manipulierbare Rankingfaktoren eine immer größere Rolle spielen werden.



Alexa Internet ist ein Tochterunternehmen von Amazon.com, Inc.

Mit Hilfe der von vielen Nutzern installierten Alexa Toolbar, Plugins bzw. Extensions für nahe alle gängigen Browser sowie den Amazon womöglich noch "anderweitig" zur Verfügung stehenden Daten, gibt Alexa Internet für nahezu jedes Land auch deren "Top Sites" geordnet nach Traffic aus.

Der so ermittelte Alexa Traffic Rank beurteilt die Qualität einer Webseite aufgrund deren Besucherstrom bzw. -verhalten. Die diesbezügliche Vorgehensweise von Alexa Internet ist durchaus umstritten, da man als "Ottonormalinternetnutzer" gar nicht genau weiß, welche Daten bzw. Informationen Amazon wie genau speichert.

Es könnte sehr gut sein, dass auch die Betreiber aktuell mit Amazon.com, Inc. kooperierender Suchmaschinen die von Alexa bzw. Amazon erhobenen Daten irgendwie mit ihren eigenen Daten abgleichen und dementsprechend auch ihre Rankings anpassen.



Obwohl die Betreiber von Google es nach wie vor abstreiten, dürfte es mittlerweile außer Frage sein, dass sowohl die Anzahl als auch die Aufenthaltsdauer der Besucher einer Webseite von Google irgendwie "ermittelt" und dementsprechend wahrscheinlich auch entweder als "direkter" oder auch "indirekter" Rankingfaktor berücksichtigt werden.

Neben der reinen Anzahl der Besucher ist besonders auch die Aufenthaltsdauer bzw. Bounce Rate deiner Webseite wichtig.

Versuche stets, dem Suchenden, welcher deine Webseite unter einem "ganz bestimmten" Keyword gefunden hat, auch diejenigen Informationen "anzubieten", die seine Suche noch weiter "vertiefen". Des Weiteren solltest du darauf achten, dass insbesondere die Startseite so "einladend" aufgebaut ist, dass der Besucher gerne auch noch weiter nach Informationen dort sucht.

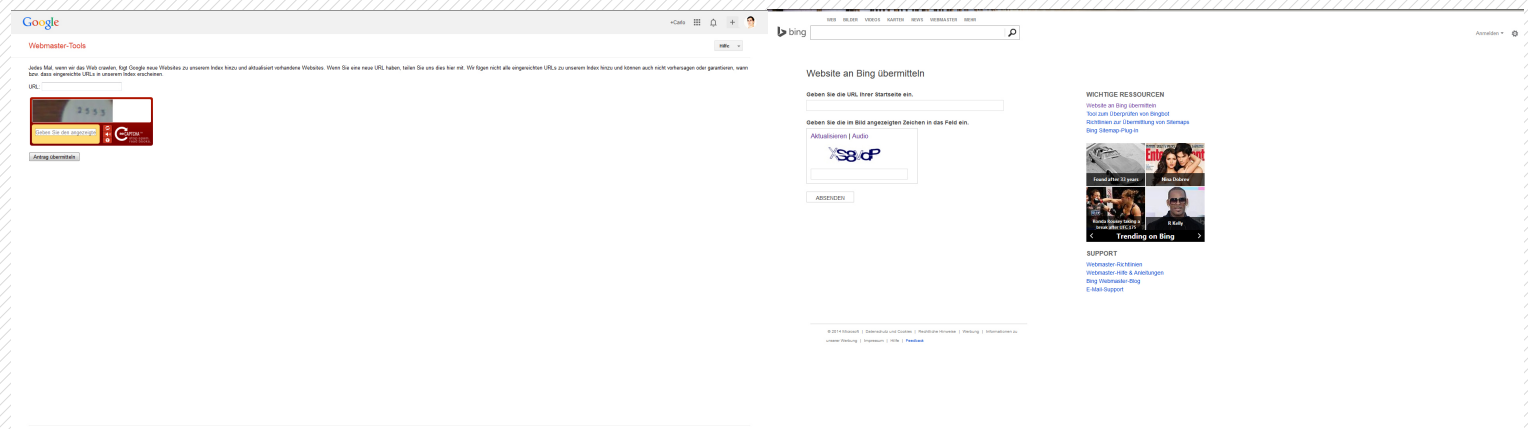
Um detaillierte Einblicke in das Verhalten der Besucher einer Webseite zu bekommen, empfiehlt es sich, eine Seite stets auch bei Google Analytics anzumelden.



Eine Webseite, die regelmäßig aktualisiert, erweitert und ausgebaut wird, findet bei den Suchmaschinen mehr Beachtung als eine Webseite, die einmal veröffentlicht, kaum verändert wird. Das Gleiche gilt für das Linkprofil einer Webseite. Wenn eine Seite regelmäßig neue Links erhält, deutet dieses darauf hin, dass die Seite interessant ist und regelmäßig neue Informationen zu bieten hat.

Am Ende wird leider immer mehr deutlich, dass es für den Aufbau und auch die Optimierung einer Webseite sehr viel Zeit, Arbeit und Geduld braucht.

Je mehr externe Links auf eine Webseite verweisen, desto schneller und umfangreicher wird diese auch indexiert. Einmal in den Index aufgenommen, wird eine Webseite dann in regelmäßigen Abständen automatisch besucht und nach Veränderungen bzw. neuen Inhalten durchsucht.





Der PageRank-Algorithmus bewertet Webseiten aufgrund der Anzahl bzw. Stärke ihrer eingehenden Links.

Grundlage des Verfahrens ist die Theorie, dass die Relevanz einer Seite nur dann steigt, wenn andere Webseiten auf diese Seite verlinken. Je stärker das "Gewicht" der eingehenden Links und je größer die Anzahl, desto höher ist auch die "Relevanz" bzw. der PageRank der verlinkten Seite.

Vereinfacht gesagt definiert der PageRank die Wahrscheinlichkeit, dass eine Webseite alleine nur über deren Verlinkung irgendwann gefunden wird.



Laut dem PageRank-Algorithmus besitzt jede Webseite ein "Gewicht", den so genannten PageRank bzw. PR. Der PR wird in einer Skala von 0-10 angegeben, wobei 10 den höchsten Wert bzw. die höchste Gewichtung darstellt.

Das Gewicht, also der PageRank einer Seite, ist umso höher, je mehr Seiten, mit einem möglichst ebenfalls hohen PageRank, auf diese Seite verlinken.

Damit deine Webseite einen PR von 3 erhält, müssen theoretisch 101 Seiten mit einem PR von 2 oder auch nur 3 Seiten mit einem PR von 4 auf deine Seite verweisen. Wenn du einen PageRank von 5 erreichen möchtest, benötigst du 3055 PR 2 Links oder 101 PR 4 Links.

Je höher der PageRank der verlinkenden Webseite, desto höher ist also auch der PR der verlinkten Seite. Der Anstieg des PageRanks verläuft dabei nicht gleichförmig sondern eher "sprunghaft". Um eine "Stufe" in der PR-Skala zu steigen, sind, vereinfacht gesagt, immer mehr und immer "stärkere" Links notwendig.



Hilltop-Algorithmus: Mit Hilfe des so genannten "Hilltop-Algorithmus" werden Webseiten aufgrund ihrer Relevanz in Bezug auf bestimmte Suchwörter bewertet.

Hubs and Authorities: Dieses Verfahren, auch unter dem Namen "HITS" bekannt, definiert die Wertigkeit einer Seite aufgrund ihrer Hub- bzw. Autoritätseigenschaft.

Trustrank: Der "Trustrank-Algorithmus", ebenfalls von Google patentiert, wurde in erster Linie entwickelt, um Spamseiten aufzuspüren.

In Zukunft wird es so sein, dass immer der Autor bzw. Leser über die letztendliche Qualität einer Webseite entscheidet.



Wenn du deine Webseite optimierst, werden die Resultate oder Veränderungen nicht immer sofort berücksichtigt bzw. angezeigt. Zunächst einmal muss natürlich der Googlebot die Seite besuchen und die Änderungen auch feststellen.

Die meisten der von Webseitenbetreibern gemachten Optimierungen werden mittlerweile bereits innerhalb kürzester Zeit berücksichtigt. Google aktualisiert die im Index enthaltenen Webseiten quasi fortlaufend.

Ähnliches gilt auch für den PageRank. Das momentane Ranking deiner Webseite entspricht nicht immer dem "aktuellen" PageRank der Seite. Hat die Webseite einen angezeigten PR von 3, aber einen "predicted", also zukünftigen Pagerank von 5, wird bei der Bewertung eine Art "Durchschnittswert" berücksichtigt. Der "sichtbare" PageRank wiederum wird nur ca. alle 6-12 Monate in einem so genannten PR-Update aktualisiert.



Nur etwa alle 6-12 Monate kommt es zu einem Update des in der Google Toolbar angezeigten PRs. Es kann folglich einige Zeit dauern bis deine Seite das erste Mal einen eigenen PageRank aufweist.

Bei einem PageRank Update werden kurioserweise nicht alle bis zu diesem Zeitpunkt gesetzten externen Links berücksichtigt. Der Stichtag, bis zu dem vorhandene Backlinks gewertet werden, liegt meistens einige Wochen vorher. Das eigentliche Update hat also keinen oder nur einen sehr geringen Einfluss auf die aktuelle Ergebnisposition einer Webseite bei Google.

Der PageRank einer Webseite ist für viele Webseitenbetreiber zu einer Art "Statussymbol" geworden. Es ist das für alle sichtbare Resultat einer "erfolgreichen" Suchmaschinenoptimierung und spiegelt in gewisser Weise auch den aktuellen "Wert" einer Webseite wieder.



Neben dem PageRank wird auch die ledigliche Anzahl der externen Links bzw. Backlinks einer Webseite fortlaufend berücksichtigt. Entsprechende Veränderungen werden zumeist bereits binnen weniger Tage bei der "internen" Bewertung einer Webseite durch Google berücksichtigt.

In größeren Abständen, ca. alle 3-6 Wochen, kommt es dann zu einem Export der bereits einige Zeit vorher berücksichtigten Links in den entsprechenden Index von Google. Die externen Links einer Webseite können dann mit der Suchanfrage "link:www.ihtdomain.de" abgefragt, bzw. in den Google Webmaster-Tools eingesehen werden.

Entgegen einem PageRank Update, kann ein Backlink Update durchaus auch einen Einfluss auf das aktuelle Ranking einer Webseite haben.



Größere Auswirkungen auf die Positionen in den Ergebnislisten haben Veränderungen innerhalb eines Suchmaschinen-Algorithmus.

Neue Rankingkriterien bzw. -faktoren in dem Algorithmus von Google werden aufgenommen oder vorhandene Faktoren verändert bzw. entfernt.

Der Google-Algorithmus wird in unregelmäßigen Abständen angepasst.

Warum?

Neue Manipulationstechniken

Veränderungen in den Algorithmen anderer Suchmaschinen

komplett neu entwickelter Suchverfahren

...



Häufig wird versucht, eine Webseite für zu viele Keywords zu optimieren.

Versuche dich bei der Optimierung deiner Seite auf einige wenige, ca. 3-5 ausgewählte Keywords zu beschränken.

Es macht keinen Sinn, in den Meta-Tags einer Webseite unzählige Keywords aufzulisten. Auch hier gilt es, sich auf wichtige Keywords zu beschränken.

Die wichtigsten Keywords einer Webseite sollten natürlich auch im Content der Webseite erwähnt werden.

Beim Linkaufbau wird oft der Fehler gemacht, dass in zu kurzer Zeit zu viele minderwertige Links gesetzt werden. Genau wie beim Keywordspam wird auch diese Form von Spam von Suchmaschinen nicht gerne gesehen.

Generell gilt, dass der Inhalt einer Webseite nie "explizit" nur für Suchmaschinen erstellt werden darf.



Von Anfang an falsch ausgewählte Keywords sind ein häufiger Grund, warum die Optimierung einer Webseite keinen Erfolg hat.

Konzentriere dich am Anfang der Optimierung deiner Webseite auf weniger hart umkämpfte Keywords bzw. Keywordkombinationen.

Wenn die Seite unter einigen weniger hart umkämpften Keywords gut gelistet ist, folgen die restlichen Rankings oft fast wie von selbst.

Die Auswahl der richtigen Keywords ist einer der wichtigsten Schritte im Zuge einer nachhaltig erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung.



Der Inhalt einer Webseite ist der wichtigste Rankingfaktor überhaupt.

Achte darauf, dass auf deiner Webseite genügend individuelle, d.h. auf keiner anderen Webseite in gleicher oder ähnlicher Form verwendete Informationen zu finden sind.

Versuchen deine Webseite stets aktuell zu halten.

Suchmaschinen listen regelmäßig aktualisierte Webseiten höher und geben "alten" Seiten oft einen Bonus.



Nie genau den gleichen Title bzw. genau die gleiche Beschreibung für zwei an sich völlig unterschiedliche Webseiten verwenden.

Jede Einzelseite einer Webseite sollte über einen kurzen und die wichtigsten Keywords der Seite beinhaltenden Title sowie eine eigene Beschreibung verfügen.

Suchmaschinen bewerten jede einzelne Webseite stets auch völlig unabhängig voneinander.

Viele Webseitenbetreiber benutzen Frames oder auch Scripte, um den Inhalt ihrer Seite einfacher zu gliedern bzw. deren Navigation noch weiter zu verbessern.

Einige Suchmaschinen haben noch immer Probleme damit, den Inhalt von Frames bzw. Scripten richtig zu lesen.

Sie weigern sich, bestimmte Scriptsprachen in ihren Index aufzunehmen oder folgen dort nicht jedem Link.

Achte bei der Erstellung deiner Webseite stets darauf, diese in einer möglichst von allen Suchmaschinen akzeptierten Programmiersprache zu erstellen.

Verzichte auf jeglichen für den Besucher unnötigen "Schnickschnack".



Die meisten Suchmaschinen werten nach wie vor vornehmlich nur den Text einer Webseite aus. Webseiten, welche hauptsächlich aus Bildern bzw. anderen multimedialen Inhalten aufgebaut sind, haben es in Suchmaschinen nach wie vor nicht leicht. Dieses gilt insbesondere auch für Seiten, welche mit Hilfe von Flash erzeugt wurden.

Wenn du bei der Gestaltung deiner Webseite nicht auf Bilder bzw. multimediale Inhalte verzichten willst, solltest du stets auch etwas Text mit einfügen.

Der einem bestimmten Bild oder auch Video "zugewiesene" Text hilft den Suchmaschinen, auch multimediale Inhalte besser zu verstehen.



Wenn mehrere Webseiten gleiche oder ähnliche Inhalte aufweisen, spricht man auch von Duplicate Content.

Nie Texte und Informationen einfach so von anderen Webseiten **kopieren**. Suchmaschinen nutzen spezielle Programme, mit denen es relativ einfach ist, Duplicate Content zu erkennen und entsprechend abzuwerten.

Definiere eine Standarddomain unter der deine Webseite dauerhaft erreichbar ist.



Nicht den Richtlinien entsprechende Optimierungsversuche führen in der Regel nur zu einem kurzfristigen Erfolg.

Halte dich bei der Erstellung als auch der Optimierung der Webseite so gut es geht an die Richtlinien der bekannten Suchmaschinen.

Suchmaschinen sind mittlerweile leider dazu gezwungen, nicht ihren Richtlinien entsprechende Manipulationsversuche immer öfter auch abzustrafen.



Die Optimierung einer Webseite ist ein **kontinuierlicher bzw. fortwährender Prozess**.

Mangelnde Aktualisierung einer Webseite kann leicht dazu führen, dass der von Ihnen gewünschte Erfolg ausbleibt.

Um dauerhaft Erfolg zu haben, reicht es nicht aus eine Webseite nur einmalig zu optimieren.

Die Richtlinien bekannter Suchmaschinen ändern sich laufend. Wer es nicht schafft, seine Webseite entsprechend immer wieder "neu" zu erfinden, der gerät irgendwann ins Hintertreffen.



Viele Fehler resultieren aus der Tatsache, das man sich als Webseitenbetreiber bei der Optimierung seiner Seite **zu hohe Ziele** gesetzt hat bzw. diese Ziele in einer zu kurzen Zeit erreichen wollte.

Möglicher Erfolg lässt teilweise **Monate** auf sich warten.

Es dauert in der Regel **mindestens drei Monate bis ein halbes Jahr**, um mit einer neuen Webseite in den Ergebnissen bekannter Suchmaschinen auf den "vorderen" Plätzen gelistet zu werden.

1. Sei organisch!
2. Lerne deine Nutzer kennen!
3. Vermeide Barrieren!
4. Verlinke Intern!
5. Content ist King!
6. Links ohne Ende!
7. Du musst zeigen, dass du da bist!
8. Sei nicht zu altmodisch!
9. Die richtige Zielgruppe / die richtigen Keywords!
10. Geduld haben und analysieren!

Eine Webseite ist für **Besucher** und nicht für **Suchmaschinen** gemacht.