

Tipps zur technischen und redaktionellen Suchmaschinenoptimierung (OnPage-Optimierung)

Warum ist eine OnPage-Optimierung (interne Webseitenverbesserung) wichtig?

Ihre Internet Präsenz wird mit einer seiteninternen Optimierung **suchmaschinengerecht** und **benutzerfreundlich** gestaltet.

Sie ist die Basis der Suchmaschinenoptimierung und befasst sich mit dem Aufbau und Inhalt Ihrer Webseite, Ihrem Quelltext und den technischen Details.

Zur OnPage-Optimierung gehören **technische** und **textliche** Maßnahmen (redaktionelle Suchmaschinenoptimierung).

Wie verbessere ich meine Position in Suchmaschinen?

Ziel der Webseitenoptimierung ist die gute Auffindbarkeit in den Ergebnislisten der Suchmaschinen. Aber der gewünschte Erfolg sollte auch dauerhaft sein. Um das Interesse der Suchmaschinen an ihrer Webseite zu steigern und um den Internetnutzern eine professionelle und benutzerfreundliche Firmenhomepage zu präsentieren, sind vor allem die folgenden Punkte zu beachten.

Wählen Sie eine einfache und aussagekräftige URL für Ihre Webseite.

(Zu lange und komplizierte Internetadressen sind nicht benutzerfreundlich und nachteilig für die Suchmaschinenoptimierung).

Seitenaufbau und Layout:

- 1. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Webseite schnell geladen wird.**
 - Definieren Sie exakt die Höhe und Breite bei Ihren Bildern. (Der Browser kennt dann bereits den für das Bild benötigten Platz und kann den entsprechenden Platz dafür frei lassen).
 - Komprimieren Sie Ihre Bilder für Webseiten, um die Dateigröße zu reduzieren.
- 2. Gestalten Sie Ihre Webseite mit einer übersichtlichen Navigation.**

Alle vorhandenen Webseiten sollten untereinander folgerichtig und übersichtlich über eine Navigationsleiste verlinkt sein.
(Um schnell von allen Unterseiten immer zur Startseite zurückzukehren).
Verwenden Sie für die Navigation entsprechende HTML-Listen. (Keine Tabellen und Leerbilder).
Mit HTML-Listen kann die Navigation anschließend mit separaten Stylesheets formatiert werden und verschafft einen sauberen und einfach pflegbaren HTML- und CSS-Code.
- 3. Verzichten Sie auf eine Intro-Seite.**

Beinhaltet Ihre Startseite nur ein Flash-Movie, bedeutet das für Suchmaschinen, dass keine auswertbaren Inhalte vorhanden sind.
Dementsprechend schlecht wird Ihre Webseite dann auch bewertet und in den Suchergebnissen gelistet.
- 4. Hinterlegen Sie Ihr Logo und Ihre Bilder mit Alternativtexte und Texthinterlegungen.**

(Der Alternativtext wird angezeigt, wenn ein Bild nicht ladbar ist und die Texthinterlegung, wenn man mit dem Mauszeiger über das Bild fährt).
Wichtig ist der Alternativtext zum einen für **Sehbehinderte** die ein Gerät zum Vorlesen der Seiteninhalte und Bilder benutzen.
Zum anderen wird auch der Alternativtext von **Suchmaschinen** indexiert und hat deshalb eine hohe Geltung für die Suchmaschinenoptimierung.
- 5. Auch Bildunterschriften sind wichtig.**

(Ansonsten werden die Bilder von den Suchmaschinen nicht gewertet).
- 6. Wählen Sie präzise Linknamen.**

Schlecht ist z.B. „zurück“. Besser ist: „zurück zur Startseite“
- 7. Hinterlegen Sie Ihre Links mit Text.**

(Eine gute Möglichkeit die wichtigsten Keywords in kleinen Sätzen für die Suchmaschinen unterzubringen).
- 8. Erstellen Sie eine Impressum - Seite.**

Webseiten ohne Impressum zählen nicht als gewerbliche Seiten. (Suchmaschinen stellen in den Ergebnislisten gewerbliche Seiten **über** private Webseiten. Ein vollständiges Impressum ist außerdem Voraussetzung für Eintragungen in hochwertige Verzeichnisse - ansonsten Ablehnung -)
- 9. Denken Sie auch an eine Datenschutzseite.**

(Hinweise auf die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten).
Jede Webseite die Waren oder Dienstleistungen anbietet, unterliegt besonderen Transparenz- und Aufklärungspflichten gegenüber dem Nutzer.
- 10. Fertigen Sie ein Favicon an.**

(Kleines Symbol, das unter anderem in der Adresszeile eines Browsers links von der URL angezeigt wird).
Macht Ihre Webseite für Suchmaschinen und Besucher interessanter.

Inhalt und Content:

1. **Erstellen Sie einen gut strukturierten und informativen Text, der Ihre wichtigsten Keywörter enthält.**
(Aufgeteilt in mehrere Absätze mit aussagekräftigen Überschriften, Aufzählungen, wichtiges in **fett**).
2. **Vermeiden Sie blinkende und bewegende Texte.**
(Sie werden entweder als Werbung gesehen und deshalb nicht beachtet, oder wirken störend und schränken das Lesetempo ein).
3. **Unterstreichen Sie keine Wörter, oder Textpassagen.**
(Links sind allgemein durch Unterstreichen und einen Farbwechsel erkennbar. Deshalb sollte das Tag "underline" (unterstreichen) nicht für „nicht anklickbaren“ Text verwendet werden).

Quelltext und Meta-Tags:

1. **Machen Sie Ihre Homepage druckfreundlich.**
Eine eingerichtete drucklayout.css ermöglicht das saubere Ausdrucken von Webseiten-Texten.
2. **Auf html-Sprache basierende HTML-Webseiten werden von den Suchmaschinen immer noch bevorzugt behandelt.**
Webseiten mit Flash-Daten, Frames oder auf javascript basierend, sind von Suchmaschinen nur schlecht auszulesen.
3. **Das Grundgerüst einer soliden HTML-Webseite ist:**
 - **DocType-Deklaration** (Angabe zur verwendeten HTML-Version).
Die DTD muss auf all ihren Seiten ganz oben im Seiten Quelltext stehen. Dies ermöglicht es den Suchmaschinen Ihren benutzten w3 Standard auszulesen.
(w3=Organisation für alle Webseiten weltweit, sichert und überprüft die Kompatibilität aller existierenden Webseiten und Browser).
 - **Kopfdaten <head>** (title, description usw.)
 - **Körper <body>** (anzuzeigender Inhalt, wie z.B. Text mit Überschriften, Links usw.)
4. **Die Startseite und jede Unterseite benötigt im <head> des Quelltextes**
 - Einen individuellen **Meta-Tag Titel**, ca. **60 - 80** Zeichen.
Er soll den Inhalt der jeweiligen Seite widerspiegeln. (Diese Titel erscheinen zum einen an oberster Stelle bei den Suchmaschinen in den Ergebnislisten für Ihre Domain, zum anderen stehen sie auch im Browserfenster, Internet-Explorer/Firefox, ganz oben in der Leiste).
Gute, individuelle Titel sind äußerst wichtig, da sie von den Suchmaschinen mit den Suchanfragen von Internetnutzern abgeglichen werden.
 - Eine individuelle **Meta-Tag Description**, ca. **150 - 180** Zeichen.
Sie soll den Inhalt jeder einzelnen Seite kurz und prägnant beschreiben. (Derartige Beschreibungen erscheinen bei den Suchmaschinen in den Ergebnislisten als Text direkt unter dem Titel Ihrer Domains und tragen im Wesentlichen dazu bei, ob die Website von Internetnutzern besucht wird.
 - Eine Variation an **Meta-Tag Keywörtern**, ca. **10** Stück.
(Werden zu viele Keywords verwendet, können Suchmaschinen dies als "Keyword-Spam" negativ werten). Die angegebenen Keywörter sollten im Inhalt der Webseite vorhanden sein.
 - **Meta-Tag "language"**
Er definiert die Sprache in der die aktuelle Webseite verfasst ist. (<meta name="language" content="de" >)
 - **Meta-Tag "author"**
(Webseiten die über die Angabe eines Inhaltsautors verfügen, werden von Suchmaschinen besser bewertet).
5. **Setzen Sie systematisch und logisch korrekt angeordnete Überschriften.**
(Die erste Überschrift in **h1** definiert und abwärts zwischen **h1-h6** keinen Sprung).
6. **Achten Sie darauf, dass der Quelltext fehlerfrei und nicht zu verschachtelt dargestellt ist .**
7. **Informationen zum Style der Seiten** (Farben, Typografie, Bilder des Designs usw.) gehören in eigens angefertigte Definitionen (**css-Dateien**). (Nicht in den Seitenquelltext der jeweiligen Unterseiten).

Schaffen Sie eine Webseite, die Sie selbst gerne besuchen würden.

Überlegen Sie sich dabei, was Sie als Nutzer von einer Suchmaschine erwarten. Sicherlich möchten auch Sie auf Ihre Eingabe hin, möglichst "relevante" Webseiten als Ergebnis geliefert bekommen.

Besonderheiten zur Optimierung von Onlineshops

Die Auswahl an Produkten und Firmen im Internet wächst stetig und gerade Onlineshops boomen. Einen lukrativen Onlineshop zu betreiben ist jedoch nicht immer einfach und hängt von vielen Faktoren ab.

Daher achten Sie bei der Gestaltung Ihres Onlineshops auch auf folgende Kriterien:

- Die thematische Gliederung Ihres Produktangebots und die logische Strukturierung Ihres Shops wirken sich auf die Kaufentscheidungen potentieller Kunden aus. Findet ein Kunde nicht auf Anhieb, was er sucht, oder wird er wirt im Shop von einem Produkt zu anderen Unterseiten weitergeleitet, wechselt er zu einem anderen Anbieter und versucht dort sein Glück.
- Das Preis- Leistungsverhältnis und die Vertrauenswürdigkeit eines Onlineshops sind auch häufig ausschlaggebend. Hat ein Kunde das Gefühl, er wird mit zu vielen Zukaufangeboten und Extraschnäppchen,

die man gleich mitbestellen sollte, zum Kauf von nicht benötigten Artikeln gezwungen, dann bricht er den Bestellvorgang ab.

- Qualitäts- und Gütesiegel z. B. von Trusted Shops, EHI oder Safer Shopping schaffen Vertrauen und beeinflussen die Kaufentscheidung positiv. Der Beitritt zu diesen Prüforganisationen ist jedoch nicht kostenlos.
- Spezielle Bewertungsportale, wie beispielsweise eKomi, bieten den Shop Betreibern die Möglichkeit, auf der eigenen Webseite Kundenbewertungen anzeigen zu lassen. Dies schafft zusätzlich Vertrauen in den Onlineshop.
- Ein sicherer Bestellvorgang mit Sicherheitsprotokoll (z. B. SSL-Verschlüsselung) sollte Voraussetzung sein.
- Transparente Geschäftsbedingungen, wie Zahlungsmodalitäten, Lieferzeiten, Versandkosten und Rückgabeoptionen, sollten im Onlineshop leicht zu finden und verständlich geschrieben sein.
- Bei gewerblichen Webseiten ist eine AGB Seite gemäß gesetzlicher Bestimmungen Pflicht. Ohne ordnungsgemäße AGBs könnten Dritte gegen Sie rechtliche Schritte einleiten, womit nicht unerhebliche Kosten verbunden sein können.

Online Shops müssen, die für Deutschland notwendige 14-tägige Widerrufsfrist, Versanddetails und Zahlungsmethoden in ihren AGBs mit aufführen!

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sollten eine eigene Unterseite mit entsprechendem Namen haben. (Nicht unter Impressum). Nach §5 Telemediengesetz ist das Widerrufsrecht für Onlineshops Pflicht und muss zumindest als separater Unterpunkt in den AGBs aufgeführt werden und somit für Kunden leicht erkennbar sein.

Webseitenoptimierung ist eine sehr wichtige Maßnahme um eine gute Position in den Suchmaschinen zu bekommen.

Allerdings steht bei einigen Internetagenturen ein dauerhafter Erfolg, nicht im Mittelpunkt der SEO Anstrengungen.

Vergessen Sie bei der Wahl Ihres Anbieters nicht, dass viele häufig eingesetzte Mittel weder erlaubt und/oder hilfreich sind.

(Lesen Sie hierzu „[Fehler bei der Suchmaschinenoptimierung](#)“ und "[Gefahren von automatischen Eintragungen](#)")

[Zurück zur Homepageansicht](#)