55 Tipps zur Suchmaschinenoptimierung

Hier sind 55 Tipps zur Suchmaschinenoptimierung, die jeder umsetzen kann – auch ohne ein SEO-Experte zu sein. Dabei ist die Anzahl der hier beschriebenen Tipps so groß, dass auch erfahrenere Optimierer wahrscheinlich noch den einen oder anderen neuen Tipp finden

Berücksichtigen Sie schon alle Tipps?

Im folgenden Beitrag, der im Original bei searchenginejournal.com erschienen ist, gibt Richard Burckhardt 55 wertvolle Tipps, wie man Schritt für Schritt sein Ranking bei Suchmaschinen verbessern kann.

Wenn Sie nicht ohne Java-Script-Drop-Down-Menüs, Imagemaps oder Image-Menüs auskommen, integrieren Sie entsprechende Text-Links irgendwo auf Ihrer Seite, damit die Suchmaschinen diesen folgen können.
Inhalte sind das Wichtigste. Stellen Sie sicher, dass Sie eigene, hochwertige und gut geschriebene Inhalte haben, die sich auch auf Ihre wichtigsten Keywords und Keyword-Phrasen beziehen.
Wenn Inhalte das Wichtigste sind, dann ist Verlinkung das zweitwichtigste. Erschaffen Sie ein Netzwerk von hochwertigen Links auf Ihre Seite (Backlinks), die Ihre Keywordphrase als Link enthalten. Aber: Wenn es keinen guten Grund für einen Link auf Ihre Website gibt, sollten Sie solche Links lieber ablehnen.
Fixieren Sie sich nicht zu sehr auf den Google Page-Rank (PR). Dies ist nur ein kleiner Teil des gesamten Suchmaschinen-Algorithmus. Eine Webseite mit einem niedrigen PR kann tatsächlich höher stehen als eine Seite mit gutem PR.
Integrieren Sie einen eigenen, auf die Keyword abgestimmten Title-Tag auf jeder Seite Ihrer Website. Und wenn der Name Ihrer Firma unbedingt darin vorkommen muss, stellen Sie diesen ans Ende.
Neue, aktuelle Inhalte können dazu führen, dass Sie besser gerankt werden. Stellen Sie regelmäßig neue, interessante Inhalte auf Ihre Webseite. Die Aktualität der Inhalte Ihrer Website hat positiven Einfluss auf die Bewertung durch Suchmaschinen.
Stellen Sie sicher, dass Links innerhalb Ihrer Website und zu Ihrer Webseite Ihre Keyword Phrase enthalten. Mit anderen Worten: Wenn Ihr Ziel “Blaue Blumen” ist, dann verlinken Sie auch mit “blaue blumen” und nicht mit “Klicken Sie hier”.
Verwenden Sie Suchphrasen und nicht einzelne Keywords und versuchen Sie Ihren genauen Standort in die Phrase zu integrieren. (z.B. “unser Lüneburg Store” und nicht nur “unser Store”), damit Sie auch bei lokalen Suchanfragen gefunden werden.
Versuchen Sie nicht, eine Website zu designen, ohne sich dabei auch um die Suchmaschinenoptimierung zu kümmern. Eine Sanierung Ihrer schönen, glänzenden Flash Seite bringt gar nichts, da Suchmaschinen nur Text und kein Flash oder Images scannen können.
Benutzen Sie Keywords und Keyword Phrases angemessen und zweckdienlich in Text Links, Image ALT Attributbezeichnungen und auch in Ihrem Domain Namen.
Beschäftigen Sie sich mit dem Thema www und non-www Domains. Entscheiden Sie sich für eine Variante und leiten Sie per 301 redirect auf die jeweils andere um. Also wenn wenn Sie z.B. http://www.domain.de bevorzugen, dann sollte http://domain.de auf diese umleiten.
Kontrollieren Sie den Link auf ihre Homepage über die gesamte Website. Ist index.html an Ihren Domainnamen angehängt? Wenn ja, teilen Sie Ihre Links auf. Links von Außen gehen zu http://www.domain.de und interne Links gehen an http://www.domain.de/index
Frames, Flash und AJAX haben alle ein gemeinsames Problem – man kann nicht auf eine einzelne Seite verlinken. Entweder man verlinkt auf alle oder auf keine. Verzichten Sie darauf, Frames zu nutzen und setzen Sie FLash und AJAX sparsam ein, um beste SEO Ergebnisse zu erzielen.
Welche URL Extension Sie benutzen, ist egal! Sie können .html, .htm, .asp oder .php benutzen. In Bezug auf SEO besteht hier kein Unterschied.
Haben Sie eine neue Website, die Sie durch Google scannen lassen wollen? Die Seite mit dem Antragsformular bei Google einzureichen kann mitunter Wochen dauern. Der schnellste Weg, seine Seite durch Suchmaschinen scannen zu lassen, ist Sie durch eine andere Qualitätsseite verlinken zu lassen.
Wenn die Inhalte Ihrer Website sich nicht oft verändern, dann brauchen Sie einen Blog, da Suchmachinen neue Inhalte mögen. Bloggen Sie mindestens 3 mal die Woche, um die Suchmaschinen mit neuen Inhalten zu versorgen.
Bei Verlinkung zählt die Qualität und nicht die Quantität. Ein einziger, verbindlicher Link bringt oft mehr als viele qualitativ schlechte Links, die Ihnen letztlich sogar schaden können.

Suchmaschinen mögen natürliche Inhalte, die nicht künstlich mit Keywords vollgestopft sind. Die Suchmaschinen scannen, wie oft ein bestimmter Ausdruck in Ihrem Text enthalten ist und wenn ein Begriff zu oft vorkommt, kann sich dies sogar negativ auswirken.
Links sollten nicht nur Keyword Anker Texte verwenden, sondern der Text in der Nähe des Keywords sollte einen Bezug zu diesem haben.
Wenn Sie sich mit anderen einen Server teilen, stellen Sie sicher, dass Sie sich den Proxy nicht mit einem Spammer oder verbotenen Seiten teilen. Der schlechte Ruf dieser Seiten könnte sich negativ auf Ihr Ranking auswirken.
Seien Sie sich darüber bewusst, dass Sie, wenn Sie beim Registrieren Ihrer Domain einen Service nutzen, der die Informationen über den Besitzer der Domain zurückhält, von Google als potenzieller Spammer angesehen werden könnten.
Wenn Sie einen Blog-Beitrag optimieren, tun Sie dies für den Titel Tag des Beitrages und den Blog Titel getrennt.
Im Endeffekt geht es beim SEO um Text, Links, Popularität und den “Guten Ruf.”
Stellen Sie sicher, dass Ihre Seite benutzerfreundlich ist. Dies beeinflusst Ihre Möglichkeit zu verlinken, Ihre Popularität und deshalb auch Ihr Ranking.
Geizen Sie nicht mit Links, denn so ermuntern Sie Andere, Sie zu auch verlinken.
Suchmaschinen mögen originäre Inhalte, die auch qualitativ gut sind. Stellen Sie sicher, dass Ihre Inhalte diese Kriterien erfüllen.
Wenn Sie Ihre Startseite unbedingt als Splash Seite mit Flash oder einem großen Bild gestalten wollen, versehen Sie diese mit Navigationslinks und Text.
Einige Ihrer wertvollsten Links mögen nicht auf Webseiten auftauchen, sondern die Form von Newslettern oder Webzines haben.
Sie haben nichts von bezahlten Links als ein paar Klicks, wenn Sie diese nicht in Text einbettet sind und es offensichtlich ist, dass es sich um bezahlte Links handelt.
Links von .edu Seiten können einen guten Einfluss auf Suchmaschinen haben, da diese oft selbst gut verlinkt sind. Schauen Sie sich nach Non-Profit .edu Seiten um, die nach Sponsoren suchen.
Versuchen Sie, etwas zu veröffentlichen, das den Leser dazu bringt, Sie zu verlinken.
Konzentrieren Sie sich bei jeder Seite auf eine Keyword-Phrase. Versuchen Sie nicht, eine Seite für mehrere Keywords gleichzeitig zu optimieren.
SEO bringt nichts, wenn Sie nicht vorher Ihre Situation genau analysieren und sich klarmachen, was genau Sie verändern wollen.
SEO ist kein einmaliges Projekt, sondern ein konstanter Prozess. Die Suchmaschinen Landschaft verändert sich täglich und so auch die Anforderungen an Ihre Seite.
Stellen Sie sich gut mit einflussreichen Bloggern und wichtigen Seiten, die auf Sie, Ihre Bilder, Videos und Podcasts verlinken können.
Lassen Sie den Chef bloggen. Ein Chef, der als Stimme der Firma auf Leser-Kommentare antwortet, erhöht die Glaubwürdigkeit Ihrer Seite immens.
Kümmern Sie sich auch um die Optimierung Ihrer RSS Feeds genauso, wie Sie es bei Ihren Posts und Webseiten tun. Benutzen Sie dabei beschreibenden mit Keywords angereicherten Text.
Benutzen Sie Bildüberschriften für Abbildungen und – wie bei einer Zeitung – Bildüberschriften, die Sie mit Keywords anreichern.
Achten Sie auch auf den Kontext Ihrer Abbildungen. Abbildungen werden abhängig vom Sie umgebenden Text gerankt. Kümmern Sie sich um Keywords, Beschreibungen und Überschriften usw.
Es zahlt sich für Sie mehr aus, wenn Ihre Seite von den Crawlern auf natürliche Weise gefunden wird. Eine gute globale Navigation and Verlinkung bringt bessere Resultate, als wenn Sie sich nur auf Ihre XML Sitemap verlassen.
Es gibt 2 Wege durch die man google’s personalisierte Suchresultate nicht sieht: a) Sich bei google auszuloggen und b) Hängen Sie &pws=0 ans Ende Ihrer Such URL im Suchfenster.
Links von einer Seite mit hohem Pagerank sind Gold wert! Ein hoher Pagerank steht für Vertrauenswürdigkeit und so bekommen Sie auch besonders gute Backlinks.
Benutzen Sie absolute Links, da diese nicht nur Ihre Seiten-Navigation weniger fehleranfällig machen, sondern wenn jemand Ihre Inhalte scrapt, Sie dadurch Backlinks bekommen.
Finden Sie heraus, ob Ihre Hosting Firma sogenanntes “Sticky Forwarding” anbietet. Das bedeutet, dass wenn Sie zu einer neuen Domain wechseln, vorübergehend auf die neue Domain weitergeleitet wird und dabei die neue Adresse im Adressfeld bestehen bleibt, damit sich die Besucher an Sie gewöhnen können.
Beschäftigen Sie sich mit Social Marketing! Je besser Sie Seiten wie Digg, Yelp, del.icio.us oder Facebook zu nutzen lernen, desto besser können Sie im Wettbewerb bestehen.
Damit Ihre Videos möglichst gut von Suchmaschinen gefunden wird, erstellen Sie eine Sitemap und stellen Sie diese in Ihren Google Webmaster Account.
Videos, die beim “Google-Video-Search” erscheinen, kommen nicht alle nur von YouTube. Stellen Sie Ihre Videos auch auf anderen qualitativ hochwertigen Seiten wie z.B. Metacafe, AOL, MSN und Yahoo ein.
Umgeben Sie die Videos auf Ihrer Seite mit keywordoptimiertem Text. Suchmaschinen schauen auf den umliegenden Text wenn es darum geht, einzuschätzen ob das Video für die Suchanfrage relevant ist.
Benutzen Sie die Worte Abbildung oder Bild in Ihren Foto ALT Beschreibungen und Beschriftungen.

Viele Suchanfragen bestehen aus einem Keyword in Kombination mit einem dieser Worte.
Aktivieren Sie “Enhanced Image Search” in Ihrem Google Webmaster Hauptaccount. Images sind ein wichtiger Teil des neuen Blended Search Results. Es Google zu ermöglichen Ihre Bilder zu finden, wirkt sich positiv auf Ihre SEO Bemühungen aus.
Bauen Sie auch virale Komponenten oder Blog Reviews, Bewertungen und Userkommentare in Ihre Website ein.
Erweitern Sie Ihr Angebot, um Video, Podcasts, News, Social Content usw. Beim SEO geht um mehr als nur um 10 blaue Links.
Wenn Sie erwägen Links ~~zu kaufen oder~~ (Anm. d. Red.: siehe Kommentar unten) zu tauschen, sehen Sie sich das Cache-Datum der Seite an, auf der man mit Google Ihren Link findet. Geben Sie dafür bei der Suchanfrage “cache: URL” ein wobei Sie für URL die gegenwärtige Seite einsetzen. Je neuer das Cache-Datum desto besser. Wenn Sie die Seite nicht finden oder das Cache-Datum älter als ein Monat ist, dann ist diese Seite nicht von großem Nutzen und damit nicht viel wert.
Wenn Sie innerhalb Ihrer Website Einzelseiten haben, die sich sehr ähnlich sind und Sie sicher gehen wollen, dass die richtige Seite bei der Suchmaschine auftaucht, dann nehmen Sie die bevorzugte URL mit in Ihre Sitemaps auf.
Schauen Sie sich Ihre Header Response an. Wenn Sie nicht wissen, wie das geht, suchen Sie nach “check Server Header”. Die URL sollte auf jeden Fall den Status “200 OK” oder “301 Moved permanently” für redirects anzeigen.
Diesen Artikel, der in dem US Blog “Search Engine Journal” erschienen ist, finden Sie hier in der englischen Originalversion.