

CompuMaus Computerschule Brühl
Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

WICHTIGE GRUNDLAGEN DER SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG	1
VORBEREITEN	3
WEBSEITENDESIGN	4
1. TEXT, TEXT UND NOCHMALS TEXT.	5
2. BENUTZEN SIE ÜBERSCHRIFTEN	5
3. BESONDERS LECKERES SPIDERFUTTER IST DER -TAG	5
4. SUCHMASCHINEN MÖGEN LINKS, DIE IM TEXT KEYWORDS ENTHALTEN.	6
5. VERMEIDEN SIE FRAMES	6
STRUKTUR DER WEBSEITE	8
AUFBAU VON WEBSEITEN	10
INTERNE VERLINKUNG	10
EXTERNE (AUSGEHENDE) VERLINKUNG	10
EINGEHENDE LINKS	10
HTML CODE	11
JAVASCRIPT UND CSS	12
BEDEUTUNG VON SCHLÜSSELBEGRIFFEN (KEYWORD-PHRASEN)	12
HTML CODE...	13
IMMOBILIEN HAMBURG - DOPPELHAUS MIETE	13
KEYWORD DICHTEN	13
MÖGLICHE ERSCHWERNISSE	14
TABELLEN	14
FRAMES	15
SUCHMASCHINENEINTRAG BZW. SUCHMASCHINENANMELDUNG	15
KONTROLLIEREN UND BERICHTEN	17
ZUSAMMENFASSUNG SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG	18

Wichtige Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung

Die Suchmaschinenoptimierung hat sich seit dem Ende der 90er Jahre grundlegend geändert. Damals reichten ein paar Keywords (Schlüsselwörter / relevante Suchbegriffe) im Titel und in den Metatags aus. Über 80% der Webmaster denken immer noch, dass eine Suchmaschinenoptimierung eine reine Metatag- und Titelsache ist. Heutzutage ist es wichtig zu wissen, dass viele Suchmaschinen die Keyword Metatag zum Beispiel ignorieren.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

In den letzten zwei Jahren haben die meisten Suchmaschinen ihren Suchmaschinenranking-Algorithmus geändert. Heutzutage funktioniert die Suchmaschinenoptimierung nicht nur über die Metatags und Titel. Es gibt ca. 60 verschiedene HTML- und Designelemente einer Webseite, die das Suchmaschinenranking beeinflussen. Besonders der Text innerhalb von `<body> ... </body>` und die Linkpopularität.

Das Design und die Seitenstruktur einer Webseite sind ebenfalls wichtige Elemente um ein hohes Suchmaschinenranking zu erzielen. Wo und wie ein Keyword im Quelltext steht, ist ebenso wichtig, wie die Häufigkeit, in der es vorkommt.

Suchmaschinen nutzen sogenannte Spider oder Robots, die den gesamten Quelltext einer Webseite durchlesen und mittels eines sogenannten Ranking Algorithmus bewerten, indexieren und in einer Datenbank ablegen. Danach wird der Spider den auf der Seite befindlichen Links folgen und das ganze passiert noch einmal. Ein Spider kann man mit dem Browser "Lynx" vergleichen, dem Urgestein der Web-Browser.

Das 'Futter' für einen Spider ist der textbasierte Seiteninhalt. Grafiken sind nicht lesbar für „Herrn Spider“. Java Applets sind ebenfalls nicht lesbar. Dieses gilt auch für Links und Textinhalte in Imagemaps und Flash. Bei einer Seite mit Frames werden die Links häufig nicht verfolgt.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie Grundlegendes über die Suchmaschinenoptimierung bzw. Suchmaschinenranking Algorithmus, Hinweise sowie Tipps, wie Sie für Ihre Webseite ein hohes Suchmaschinenranking erzielen können.

Die Suchmaschinen ändern ihren Algorithmus ständig. Jede Suchmaschine benutzt ihren eigenen Algorithmus, deshalb ist diese Einführung auf allgemeine Optimierungsmethoden für die großen und wichtigsten Suchmaschinen zugeschnitten.

Kein Suchmaschinenbetreiber veröffentlicht seinen Ranking-Algorithmus. Was Sie hier finden, ist das Ergebnis jahrelanger Recherche und ständiger Analyse von Webseiten und Optimierungselementen von uns und Dritten.

Es gibt keine allgemein gültige Formel, um Platz 1 eines Rankings zu erzielen. Es gibt aber HTML- und Designmaßnahmen, mit denen die Möglichkeit besteht, ein sehr hohes Ranking zu erzielen

Um das ganze Suchmaschinenoptimierung-Tutorial zu lesen, klicken Sie am besten immer den 'Weiter'-Button am Ende einer Seite.

Vorbereiten

Idealerweise sollten Sie sich Gedanken über die Optimierung Ihrer Webseite machen, bevor Sie anfangen zu programmieren. Bei diesem Teil der Webseitenplanung sollten Sie auf "suchmaschinenfreundliches" Design der Webseite achten.

Nehmen wir an, Sie haben sich dazu entschlossen, eine "suchmaschinenfreundliche Seite" ohne Frames, Flash, Java Applets und JavaScript zu erstellen, dann sollten Sie vorher Wissen, welche Keywords Sie benutzen wollen.

Diese Überlegung ist tatsächlich einer der entscheidendsten Aspekte der Suchmaschinenoptimierung. Wissen Sie nach welchen Suchbegriffen ein User in einer Suchmaschine sucht, um eine Seite mit dem Inhalt Ihrer Seite zu erreichen? Wissen Sie nach welchen Begriffen oder Begriffskombinationen die meisten User in Suchmaschinen suchen würden, um Ihre Seite zu erreichen? Haben Sie herausgefunden, für welche Keywords Ihre Mitbewerber ihre Webseiten optimiert haben?

Hier folgen Antworten:

Es gibt 3 grundlegende Möglichkeiten, um herauszufinden, für welche Keywords oder Keywordkombinationen Sie Ihre Webseite optimieren müssen.

1. Schicken Sie Ihren Freunden und Kollegen eine E-Mail (oder lassen Sie die Antworten auf ein Blatt Papier schreiben.) und bitten Sie sie, folgende Fragen zu beantworten!

"Mit welchen 5 Suchbegriffen oder Suchbegriffkombinationen (1-3 Wörter) würden Sie nach dem Thema und Inhalt der Webseite www.ihredomain.de in einer Suchmaschine suchen?"

1 _____
2 _____
3 _____

...

Geben Sie für die Antworten 5 Platzhalter vor! Erfahrungen zeigen, dass in den meisten Fällen nur 3 Begriffe genannt werden, wenn keine 5 Platzhalter angegeben werden.

Mit dieser Methode haben Sie eine ausgezeichnete Möglichkeit an der Hand, um die populärsten Suchbegriffe zu finden. SMO Erhalten Sie auch Suchbegriffe, an die Sie selbst nicht gedacht haben. Diese Methode ist besonders erfolgreich, wenn Sie mindestens 6 oder mehr Kollegen und/oder Freunde befragen. Studien und Erfahrungen belegen, dass in 65% der Suchanfragen nach Wortkombinationen anstatt nach Einzelwörtern gesucht wird. Das ist eigentlich eine gute Nachricht. Warum, erklären wir später. Auf der nächsten Seite erfahren Sie mehr zu den anderen beiden Methoden zur Ermittlung von Keywords.

2. Eine Ihrer bevorzugten Quellen sollten die Keywords (Schlüsselwörter) sein, die Ihre Mitbewerber nutzen! Eine gute Möglichkeit ist es, die ersten beiden Suchbegriffe zu nehmen, welche Ihrer Meinung nach am relevantesten sind und nach diesen Suchbegriffen in Ihrer beliebtesten Suchmaschine zu suchen. Nehmen Sie aus dem Suchergebnis die ersten zehn Einträge und schauen Sie sich den Quelltext der Seiten an! Achten Sie speziell auf den Metatag **<meta name="keywords"...** und den Metatag **<meta name="description"...** ! Hier finden Sie die Keywords und die Beschreibung der Seite. Im Keyword-Tag sehen Sie die Keywords des Mitbewerbers. Achten Sie auch in der Beschreibung auf die dort verwendeten Keywords! Dieses Vorgehen sollte Ihnen Ideen für die Nutzung Ihrer eigenen Metatags liefern.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Seien Sie vorsichtig, wenn Sie Keywords von Ihren Mitbewerbern verwenden, dass Sie keine geschützten Begriffe nutzen oder Produktnamen der Mitbewerber. Nichtgeschützte Begriffe oder Produktnamen sind in der Regel kein Problem. Erfolgreiche Unternehmen kennen Ihre Mitbewerber. Seien Sie sich darüber im Klaren, dass sich Ihre Mitbewerber auch für Ihre Aktivitäten im Internet interessieren.

3. Es existiert ein Keyword Research Service im Internet, mit mehreren sehr großen Keyword-Datenbanken im Hintergrund. Diese Datenbanken sind sehr wertvoll, da sie Ihnen nicht nur Keywords liefern, sondern auch Auskunft geben, welche Keywords oder Keywordkombinationen und deren Synonyme (Thesaurus) in einem bestimmten Zeitraum am häufigsten gesucht worden sind. Die Firma ist in Großbritannien beheimatet und nennt sich Rivergold Associates Ltd. Der Service dieser Firma nennt sich Wordtracker www.wordtracker.com.

Leider basiert der Inhalt der Datenbanken auf Ergebnissen englischsprachiger Suchmaschinen, somit sind die dort vorhandenen Keywords meistens in Englisch. Es gibt aber trotzdem genug deutschsprachige Keywords, die Ihnen mit Sicherheit weiterhelfen werden. Für diejenigen von Ihnen, die nicht sicher in der englischen Sprache sind, wird es schwer sein, den komplexen Inhalt dieser Seite zu erfassen. Eine gute Nachricht ist, dass Sie diesen Service - mit ein paar Einschränkungen - kostenfrei nutzen können. COMPUMAUUS Internet Marketing steht nicht in Verbindung mit Wordtracker. Wir empfehlen Ihnen diesen Service aber trotzdem, da er eine hervorragende Möglichkeit für eine Keyword-Recherche bietet.

Wir von COMPUMAUUS würden es begrüßen, wenn auch deutsche Suchmaschinenbetreiber ihre Keyword-Datenbanken für einen solchen Service zur Verfügung stellten. Sollte ein deutscher Suchmaschinenbetreiber diese Idee aufgreifen, hätte er bereits einen ersten Keyword-Recherche-Kunden in COMPUMAUUS Internet Marketing.

Es gibt eine allgemeine Regel für die Auswahl von Keywords und Keywordkombinationen. Für Webseiten mit starker Konkurrenz ist es besser, eine Optimierung für eine Suchbegriffkombination aus 2 - 3 Keywords vorzunehmen, als sich nur auf einen Schlüsselbegriff zu konzentrieren. Zum Beispiel: Sie sind Immobilienmakler aus Hannover mit dem Schwerpunkt im regionalen Bereich. Statt mit Volldampf eine Optimierung auf das Keyword "Immobilien" zu betreiben, ist es viel besser, die Optimierung für die Wortkombinationen "Immobilien Hannover" oder "Immobilienmakler Hannover" vorzunehmen. Dies hat noch einen Vorteil. Die Besucher Ihrer Webseite haben zielgerichtet nach Immobilien in und um Hannover gesucht. **Das heißt für Sie: gezielter Traffic.** Sollte es nicht viele Webseiten zu dem gleichen Thema geben, wie es auf Ihrer Webseite zu finden ist, dann reicht eine Optimierung für einzelne Keywords aus.

Nun sollten wir die passenden Keywords herausgefunden haben. Jetzt tun wir den nächsten Schritt und machen uns ein paar Gedanken über das Webdesign, die Struktur und den HTML-Code mit seiner Wirkung auf das Ranking in Suchmaschinen.

Webseitendesign

Ein zunehmend wichtiger Teil der Optimierung für Suchmaschinen ist das Design der Webseite. Diese Seite wird auf diese Elemente im Einzelnen eingehen, aber zuvor individuelle Aspekte erläutern.

Das Design Ihrer Webseite sollte am besten auf **Suchmaschinenfreundlichkeit** schon beim Planen angepasst werden.

1. Text, Text und nochmals Text.

Eine einzelne Seite mit einer großen Grafik und verschiedenen Links einer Imagemap sind kein gutes Futter für Spider. Erstens kann ein Spider keine Schriften in Bildern lesen und zweitens haben viele Spider große Schwierigkeiten den Links in einer Imagemap zu folgen. In vielen Fällen ist es nicht nötig, den Text durch Bildgrafiken schöner zu gestalten. Die richtige Anwendung von CSS kann Texte produzieren, die für das Auge attraktiv und noch wichtiger, für die Spider ein leckeres Futter sind. Vermeiden Sie aufwendige Seiten, die nur wenig oder keinen Text beinhalten.

2. Benutzen Sie Überschriften

(<H1>-<H4>) direkt nach dem Body-Tag. Es ist ein weit verbreiteter Fehler vieler Webmaster, auf ihren Webseiten anstelle eines Heading-Tags Bilder zu nutzen, die sie mit Grafikprogrammen wie Uleads Cool 3d oder Photoshop erstellen, die schöne Buchstaben und Wörter erzeugen können. Für eine Suchmaschine ist es jedoch unmöglich, aus einer Grafik Keywords zu extrahieren. Die Nutzung von Überschriften kann Ihrer Suchmaschinenplatzierung einen bedeutenden Anstieg geben.

```
<html>
:
<head>
:
</head>
<body>
<h1>Keywordreiche Überschrift von über 5-7 Wörtern</h1>
:
</body>
</html>
```

3. Besonders leckeres Spiderfutter ist der -Tag.

Manche Suchmaschinen mögen es, wenn dieser Tag die Keywords umgibt. **Fett**, *kursiv* und unterstrichen sind bei manchen Suchmaschinen auch gern gesehen.

```
<html>
<head>
:
</head>
<body>
<h3>Keywordreiche Überschrift ca. 5-7 Wörtern</h3>
<strong>Erster Satz mit Keywords hier</strong>
<p>
<i>Keyword</i>Der erste Paragraph....usw.
</p>
:
:
</body>
</html>
```

Aber verwenden Sie nicht jedes Wort fett, kursiv oder unterstrichen, ein- bis zweimal im gesamten Body-Text genügen!

4. Suchmaschinen mögen Links, die im Text Keywords enthalten.

Dies kann vor allem bei internen Links, aber auch bei Links zu externen Seiten mit gleichem Thema relevant sein und eine kleine Steigerung bei der Platzierung bringen.

Bis jetzt haben wir gelernt, was eine Suchmaschine finden möchte. Lassen Sie uns schnell dazu übergehen, was ein Robot nicht finden darf.

Die größten Schwierigkeiten, ein hohes Ranking zu erreichen, bestehen bei Webseiten die Frames benutzen.

5. Vermeiden Sie Frames

Was sind Frames?

Mit Frames können Sie den Anzeigebereich des Browsers in verschiedene, frei skalierbare Segmente aufteilen. Ein so genanntes Frameset wird folgendermaßen definiert:

```
<html>
<head>
<titel>Meine Frames Webseite>
</head>
<FRAMESET COLS="200,*">
<FRAME SRC="navigation.html">
<FRAME SRC="haupt-main.html">
</FRAMESET>
<noframes>
<body>
Ihr Browser unterstuetzt keine Frames!<br>
Bitte benutzen Sie einen framefähigen Browser!
</body>
</noframes>
</html>
```

Das was Sie oben sehen, ist genau das, was auch der Robot liest, wenn er Ihre Seite besucht, um sie mit einem Rankingplatz zu versehen. Wenn Sie dieses Tutorial bis jetzt aufmerksam gelesen haben, werden Sie mit einem Blick feststellen, daß diese Indexseite ernste Probleme haben wird, eine Position innerhalb der ersten 50 Ergebnisse zu erhalten, geschweige denn, einen Platz unter den ersten 3.

Es gibt einen Weg, den oben genannten Code drastisch zu verbessern, um ein wesentlich höheres Ranking in den Suchmaschinen zu erzielen. Auch mit der Optimierungsmethodenlehre (auf die ich im Detail in einem weiteren Kapitel eingehen werde) ist selten mit einer Frameseite ein hohes Ranking zu erzielen.

COMPUMAUS Internet Marketing hat das Know-how zur Überwindung dieser Hürde. Allerdings ist das Erzielen eines hohen Rankings mit einer Standard HTML Seite ohne Frames wesentlich einfacher. In fast allen Fällen empfehlen wir, in einer Website keine Frames zu benutzen. Häufig sind Frames nicht erforderlich. Ein korrekter Gebrauch von Tabellen und CSS bildet das Pendant zu einem Frameset. Wenn Sie eine kleine Website betreiben, tun Sie sich und ihrem Ranking einen Gefallen und nutzen Sie keine Frames. Die Hauptschwierigkeit ist nicht, dass hier sehr wenig steht, was ein Robot verwenden kann, sondern er kann den Links, z.B. denen in der Navigationsleiste, nicht folgen. Dies trifft noch auf manche Suchmaschinenrobots zu.

Die folgende Seite beschäftigt sich mit einer anderen Hürde, die ein hohes Ranking erschwert.

Flash

Reine Flash-Seiten leiden an den gleichen Problemen, wie Seiten in Frames. Da es für den Spider keine verwertbaren Inhalte gibt, ist folglich auch nichts Sinnvolles erreichbar. Beinahe keine Suchmaschine ist in der Lage, in Flash-Objekten eingebetteten Links zu folgen. Meines Wissens verfügt allein [Google](#) über diese Fähigkeit. Der für eine Flash-Seite typische Quelltext sieht wie folgt aus:

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Meine Flash Seite</TITLE>
</HEAD>
<BODY bgcolor="#000033">
<object classid="clsid:D27CDB6E-AB6D-11cf-96B8-444553540000"
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.cab..."
width="100%" height="100%">
<param name=movie value="flash.swf">
<param name=quality value=high><param name="SCALE" value="exactfit">
<embed src="flash.swf" quality=high
pluginspage="http://www.macromedia.com/shockwave/download/index.cgi?
P1_Prod_Version=ShockwaveFlash" type="application/x-shockwave-flash"
width="100%" height="100%" scale="exactfit">
</embed>
</object>
</body>
</html>
```

Es ist wohl keine schwierige Quizfrage, warum reine Flash-Seiten fast immer ein niedriges Ranking erhalten.

Es gibt jedoch Abhilfe. Wir von COMPUMAUUS Internet Marketing haben Erfahrungen gesammelt, wie Sie unter richtiger Anwendung der unten gelisteten Techniken ein angemessen hohes Ranking erreichen können.

In ungeordneter Reihenfolge:

- Es ist nicht ohne Ironie, dass Sie Flash-Seiten in Frames einbetten und das Frameset in geeigneter Weise optimieren können. Dies unterstreicht nur, wie suchmaschinenunfreundlich reine Flash-Seiten wirklich sind.
- Lassen Sie die Flash-Seite mittels Javascript aufrufen und nutzen Sie den <noscript>-Tag zur Optimierung!
- Erstellen Sie eine "doorway"-Seite! Doorway-Seiten sind im wesentlichen Einstiegsseiten, welche speziell für Suchmaschinen optimiert werden. Sie haben selten viel Inhalt, dienen einzig als Durchgangsseiten und erreichen daher kaum hohe Link-Popularität (wir werden später darauf zurückkommen), dennoch sind sie eine geeignete Methode, Probleme mit Flash-Seiten zu beheben. Seien Sie aber davor gewarnt, dass diese Durchgangsseiten generell nicht sehr beliebt sind bei Suchmaschinen und sollten Sie sie mehrfach mit jeweils gleichem Inhalt verwenden, kann dies dazu führen, dass Suchmaschinen Ihre Webseiten ausschließen. Unter den genannten allgemeinen Umständen ist die Verwendung von doorway-Seiten wahrscheinlich die überzeugendste Lösung, reine Flash-Seiten zu optimieren.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

- Tarnen Sie die Website (cloaking)! Cloaking, in seiner einfachsten Form, ist eine Technik, den Spidern der Suchmaschinen hochoptimierte Seiten vorzulegen, den Browser des Seitenbesuchers hingegen mit davon abweichenden, nach menschlichen Gebrauchskriterien gestalteten Seiten zu bedienen. Cloaking ist die effizienteste Methode, eine Flash-Seite für Suchmaschinen zu optimieren. Es ist allerdings auch die umstrittenste Methode; mehr dazu später.

In Anbetracht des oben beschriebenen ist es sehr selten der Fall, dass eine Website einzig aus einem großen Flash-Objekt bestehen muss. Sie können - und viele im Umgang mit Suchmaschinen erfahrene Webmaster tun dies auch - über oder unter einem Flash-Objekt Text und Links anbringen. Sie sollten sogar unbedingt einen Text-Link zu einer nicht auf Flash basierenden Variante der Website anbringen (Sie haben doch eine Alternative zur Flash-Seite, oder?), um sicherzustellen, dass der Rest Ihrer Website auch gespiderd wird. Wir meinen, dass Flash die Website ergänzen, nicht aber ersetzen sollte. Das einzelne Flash-Objekt schadet dem Ranking Ihrer Website nicht, sofern Sie es in optimierten HTML-Code und Textinhalte einbetten. Ein großes Flash-Objekt, wie im oben dargestellten Quelltext angebracht, verurteilt Ihre Website in den meisten Fällen zu einem Schattendasein, in Hinsicht auf Suchmaschinen. Flash und sogenannte "Splash"-Seiten (in der Regel Seiten mit ein bis zwei Bildern und nahezu keinem Textinhalt) haben ihre Berechtigung. Aber verwenden Sie sie mit Bedacht und möglichst sparsam!

Java Applets

Seien Sie sparsam mit dem Einsatz von Java Applets. Sie sind für Suchmaschinen nicht lesbar. Entsprechend wird eine Website, welche aus Java Applets zusammengesetzt ist und nur wenig Textinhalt aufweist, auch kein gutes Ranking erzielen.

Damit beenden wir die Befassung mit den Design-Aspekten der Suchmaschinenoptimierung. Widmen wir uns nun der Struktur einer Website...

Struktur der Webseite

Wir empfehlen, die Verzeichnisstruktur flach zu halten. Sofern möglich, beschränken Sie sich auf maximal 3 Verzeichnisebenen!

Ein Beispiel einer flachen Verzeichnisstruktur sehen Sie hier:

Website Struktur								
Root Indexseite								
Verzeichnis (Thema1)			Verzeichnis (Thema2)			Verzeichnis (Thema3)		
Seite 1	Seite 2	Seite 3	Seite 1	Seite 2	Seite 3	Seite 1	Seite 2	Seite 3

Die Adresse (URL) der Seite 3 im Verzeichnis zum Thema 3 würde demnach wie folgt aussehen:

www.lhredomain.de/thema3/Seite3.htm

Nach dem oben dargestellten Beispiel für eine flache Verzeichnisstruktur ist auch unsere Website gestaltet. Beachten Sie, dass die einzelnen Verzeichnisse jeweils einem Thema zugeordnet sind. Dem Themenfaktor messen die Suchmaschinen zunehmend Bedeutung zu. Verzichten Sie daher nach Möglichkeit darauf, zu viele Themen im selben Verzeichnis unterzubringen!

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Das folgende Beispiel stellt eine vertikale Verzeichnisstruktur dar:

Website Struktur		
Root Indexseite		
Verzeichnis (Thema1)		
Seite 1	Seite 2	Seite 3
Verzeichnis (Thema2)		
Seite 1	Seite 2	Seite 3
Verzeichnis (Thema3)		
Seite 1	Seite 2	Seite 3

Die Adresse (URL) der zum Thema 3 gehörenden Seite 3 würde folglich so lauten:

www.Ihredomain.de/Thema1/Thema2/Thema3/Seite3.htm

Im Unterschied zur flachen Struktur, haben wir es bei der vertikalen Struktur mit verschachtelten Verzeichnissen zu tun. Die vertikale Verzeichnisstruktur macht es dem Spider schwerer, alle Seiten zu erreichen. Einige Suchmaschinen indexieren lediglich Seiten bis zur zweiten oder dritten Verzeichnisebene und lassen den Rest unberücksichtigt. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die einzelnen Seiten nur unzureichend untereinander verlinkt sind. Auf die interne Verlinkung kommen wir noch gezielt zu sprechen.

Machen Sie es der Suchmaschine so leicht wie möglich, Ihre (Unter-)Seiten zu finden und zu indexieren! Dabei ist es von Vorteil, die Gesamtstruktur Ihrer Website möglichst flach zu gestalten und die Verzeichnisse nicht zu verschachteln. Achten Sie auch darauf, den Verzeichnissen und Seiten (Dateien) Ihrer Website solche Namen zu geben, die den Seiteninhalt mittels passender Keywords beschreiben! Studien haben außerdem ergeben, dass der Gebrauch von Keywords im Domainnamen eindeutig von Vorteil ist.

Eine ideale Domain und Verzeichnisstruktur für einen Hamburger Immobilienmakler, der eine Auswahl an Doppelhäusern in Hamburg vermieten möchte, wäre zum Beispiel:

www.immobilien-hamburg.de/doppelhaus/miete.htm

Im Zusammenspiel mit einer gut optimierten Seite "miete.htm" sorgen die Website-Struktur und die in Verzeichnis- und Dateinamen genutzten Keywords für eine Steigerung der Ranking-Position bei Suchanfragen, die aus Kombinationen der Suchbegriffe "immobilien", "hamburg", "doppelhaus" und "miete" zusammengesetzt sind.

Ein der Website-Struktur verwandter Aspekt ist die interne Verlinkung, der wir uns im nächsten Thema zuwenden.

Aufbau von Webseiten

Interne Verlinkung

Es ist wichtig dass all Ihre Webseiten komplett untereinander verlinkt sind. Die Art wie Sie sie zusammen verlinken kann ebenfalls einen Einfluss auf das Ranking haben. Die Verwendung von Textlinks als Verknüpfung stellt sich im Allgemeinen als besser heraus als die von Grafiken. Der Grund liegt in der Möglichkeit, Schlüsselbegriffe in Textlinks einbauen zu können. Es ist kein Zufall, dass das Menü auf der linken Seite vollständig aus Textlinks besteht.

Die Verwendung von Schlüsselbegriffen in den Textlinks versieht die Seite, auf die gelinkt wird, in vielen Suchmaschinen mit einem "Ranking" Schub. Falls Sie dennoch Grafiken als Navigation verwenden, benutzen Sie das "alt" Attribut und fügen Sie Schlüsselbegriffe darin ein.

Ein Beispiel hierzu sehen Sie wenn Sie Ihren Mauszeiger über das CompuMaus Logo in der linken oberen Ecke bewegen. Das Wort "Webpromotion" wurde in das "alt" Attribut geschrieben. Hier sehen Sie den genauen Code...

```
<a href="#"></a>
```

Mehr über die Verwendung des "alt" Attributes erfahren Sie auf den coding Seiten.

Es ist wichtig sich im Klaren darüber zu sein, dass, wie bereits auf den "Design" Seiten erwähnt, einige Designs es den Spidern erschweren, internen Links zu folgen und diese zu indexieren. Befindet sich beispielsweise oben auf Ihrer Seite eine "Imagemap" für die Hauptnavigation Ihrer Seite, sollten Sie zusätzlich noch eine Navigation mit Textlinks einfügen. Genauso wie unten auf meinen Seiten. Sie sollten es den Suchmaschinen grundsätzlich SMO Einfach wie möglich machen, Ihre Seiten zu finden, indem Sie sie quer verlinken und so oft wie möglich Textlinks verwenden, die einen Schlüsselbegriff enthalten.

Externe (ausgehende) Verlinkung

Vorsicht vor zu vielen externen Links auf Ihren Seiten. 4 bis 5 sind in Ordnung. Mit mehr als 5 Links zu verschiedenen Domains könnten Sie ein Eigentor erzielen, da Ihre Seite dann als bloße Linkliste angesehen werden könnte mit wenig eigenen Inhalten.

Eingehende Links

Innerhalb des vergangenen Jahres haben einige Suchmaschinen ihrem Algorithmus ein Mittel bzw. einen gesonderten Algorithmus beigefügt (das PageRank™ im Fall Google), um zu überprüfen wie viele Seiten auf Seiten Ihrer eigenen Domain linken (Link Popularität). Die Theorie dahinter besagt je mehr eingehende Links Ihre Seite vorweisen kann desto wahrscheinlicher ist es dass Ihre Seite "wertvolle" Inhalte aufzuweisen hat.

IBeim Google Algorithmus zählt nicht nur die Anzahl der Links, die auf Ihre Webseite verweisen, sondern auch deren Qualität. Die Qualität kann auf 3 wesentlichen Wegen gemessen werden. Ist die Seite, die auf Ihre Seite linkt, thematisch mit Ihrer gleich und nutzt sie die gleichen Schlüsselbegriffe? Wie populär ist die Seite, die auf Ihre Seite linkt (wie viele eingehende Links hat diese Seite? Wie hoch ist der PageRank™ dieser Seite?) ? Und natürlich wie viele ausgehende (externe) Links diese Seite, von der aus auf Ihre Seite gelinkt wird, aufweist.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Ein Beispiel: Eine populäre Webseite mit vielen qualitativ hochwertigen, eingehenden Links hat neulich von einer ihrer Seiten (z.B. der Seite "weitere Links") auf Ihre Seite gelinkt. Diese Seite ("weitere Links") hat insgesamt 3 weitere ausgehende Links. Dies ist nun ideal für Ihre Seite. Insbesondere wenn der Link ein Textlink ist, der ein Schlüsselbegriff relevant zu Ihrer Seite beinhaltet.

Andererseits können Sie von einer Seite mit wenig eingehenden Links keinen Ranking Schub (im Falle Google sog. Schub an PageRank™) erwarten, in deren (oben erwähnten) Seite namens "weitere Links" Ihr Link einer unter 10 ist. Es wird Ihrer Seite aber auch nicht schaden. Unserer Erfahrung nach bemühen sich Webmaster im Allgemeinen nicht genügend darum, eingehende Links zu erhalten; sie könnten das durch sog. Tauschprogramme tun oder indem sie einfach themenverwandte Webseiten um einen Link bitten. Auch hier sei nochmal die Wichtigkeit von "starken" Inhalten Ihrer Seite erwähnt - sie können Ihrem Ranking nur helfen.

Links von grossen Web Verzeichnissen wie [DMOZ \(ODP\)](#) und [Yahoo.de](#) steigern bedeutsam Ihre allgemeine Link Popularität und werden insbesondere von der Suchmaschine Google hoch bewertet.

Zusammengefasst sollten Sie darauf achten, dass Sie Links von qualitativen Seiten erhalten, beginnend bei den grossen Web Verzeichnissen. Verschwenden Sie Ihre Zeit jedoch nicht mit Linklisten wie den ganzen FFA'S (Free For All) - dies führt ausnahmslos dazu, dass Sie lediglich mehr Spam in Ihren Postfächern erhalten werden.

HTML Code

Lassen Sie uns einfach kurz wiederholen, was wir bereits im ersten Abschnitt "Grundlagen" behandelt haben.

Wir erforschten unsere Schlüsselbegriffe und erstellten unsere Meta Tags. Der <title> Tag besteht aus 5-7 Wörtern, die unsere Schlüsselbegriffe beinhalten. Wir haben unsere Überschrift <H1> bis <H2>, in der sich unsere Schlüsselbegriffe befinden.

Nun sollten wir etwas in der Richtung haben...

```
<html>
<head>
<title>Immobilien Hamburg - Doppelhaus miete - XYZ GmbH</title>
<meta name="keywords" content="immobilien,hamburg,
immobilienmakler,doppelhaus,miete,..">
<meta name="description" content="Immobilien Hamburg - Doppelhaus miete...">
</head>
<body>
<h1>Immobilien Hamburg - Doppelhaus Mieten</h1>
<strong>Doppelhaus Miete Angebote</strong>
</body>
</html>
```

Wir haben jetzt den Grundstein für eine in hohem Maße optimierte Webseite der XYZ Immobilien Hamburg GmbH. Wenden wir uns nun den Inhalten Ihrer Seite zu.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Javascript und CSS

CSS und Javascript sind weit verbreitet (kommen aber im obigen Beispiel-Quellcode nicht vor). Wenn Sie sich jedoch den Quellcode dieser Seite hier ansehen, so wird Ihnen die folgende Zeile zwischen dem <head> Tag auffallen:

```
<link href="../../suchmaschinenoptimierung.css" rel="stylesheet" type="text/css">
```

Diese Zeile Quellcode ruft meine CSS Definitionen von einer externen CSS Datei namens **suchmaschinenoptimierung.css** aus, welche sich im Hauptverzeichnis meines Webservers befindet. Der Inhalt dieser Datei ist der folgende:

```
.leftnav { font-family: Geneva, Arial, Helvetica, san-serif; text-decoration: none; font-size: x-small}
a:hover { color: #CC0033; text-decoration: underline}
.leftnavklein { font-family: Geneva, Arial, Helvetica, san-serif; font-size: x-small; text-decoration: none; font-weight: bold}
```

Der Inhalt wurde mit Notepad erstellt und unter der Endung .css anstatt .txt gespeichert. Die Datei wurde nach einem Schlüsselbegriff benannt.

Wie sich dies und dessen Javascript Equivalent...

```
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript" SRC="MeinScript.js">
</SCRIPT>
```

...auf die Suchmaschinen Optimierung auswirkt, wird im Folgenden erklärt.

Der Spider einer Suchmaschine fängt am Anfang Ihres Quellcodes an und arbeitet sich nach unten durch. Er achtet mit besonderem Interesse auf den oberen, ersten Teil Ihres Quellcodes. Ist nun dieser obere Teil Ihres Quellcodes voll mit CSS Definitionen und Javascript Befehlen (diese typischen "mouse roll over" Effekte und Javascript Menüs), muss der Spider sich nun umso weiter nach unten arbeiten um zu dem "keyword-reichen" Body Text zu gelangen. Wie bereits erwähnt kommt es nicht nur auf die Häufigkeit Ihrer Schlüsselbegriffe an, sondern auch darauf WO diese Schlüsselbegriffe bzw. Schlüsselbegriff-Phrasen erscheinen. Aus diesem Grund sollten Sie die ersten 20 Zeilen des Quellcodes nicht mit Javascript Funktionen und CSS Definitionen füllen. Lagern Sie stattdessen beide, Javascript und CSS, aus in externe Dateien - so wird der Code zum einen viel sauberer erscheinen und es somit einem Spider sehr erleichtern, Ihren "keyword-reichen" Text schneller zu finden.

Bedeutung von Schlüsselbegriffen (Keyword-Phrasen)

Wie bereits erwähnt kann die Stelle, an der Sie Ihre Schlüsselbegriffe platzieren, einen Unterschied im Ranking zur Folge haben. Grundsätzlich sollten Ihre Schlüsselbegriffe am Anfang bzw. innerhalb der ersten 1-2 Wörter eines jeden HTML Elementes stehen. Beachten Sie im obigen Beispiel-Quellcode, dass die beiden Haupt-Schlüsselbegriffe "Immobilien" und "Hamburg" die beiden ersten 2 Wörter im <title> Tag sind. Im Tag befinden sich die Schlüsselbegriffe "Doppelhaus" und "Miete" ebenfalls an erster Stelle.

HTML Code...

Kommen wir nun zum <body> Text

Wir haben unsere Überschrift mit Unter-Überschrift, was auf einer Webseite in etwa so aussehen wird...

Immobilien Hamburg - Doppelhaus Miete
Doppelhaus Miete Angebote

Nun müssen wir unseren eigentlichen, hauptsächlichen Inhalt der Seite hinzufügen.

Auch hier sollten wir wieder CSS benutzen (welches wir in unserer externen Datei definieren). So ist der Quellcode viel kompakter als wenn wir das Tag benutzen mit seinen vielen und häufig gebrauchten Attributen.

Keyword Dichte

Wir stellen nun festgestellt, dass unsere Keyword bzw. Keyword-Phrasen früh erscheinen sollten. Wie oft hängt allerdings von der Suchmaschine ab. Wir von CompuMaus haben nachgeforscht, wie oft ein Keyword in den meisten HTML Elementen erscheinen sollte und auch wo sie erscheinen sollen um eine hohe Platzierung zu erreichen. Das Folgende, als grobe Richtlinie gedacht, sollte sehr gut funktionieren um die wichtigsten Suchmaschinen abzudecken.

Setzen Sie Ihre Keyword früh in Ihren <body> Text hinein. Ihr erster Abschnitt nach der Unter-Überschrift sollte Ihre wichtigsten Keyword / Keyword-Phrasen mindestens zweimal beinhalten. Vorzugsweise als erstes Wort des Abschnitts. Machen Sie aber NICHT den Fehler vieler, einen Schlüsselbegriff dauernd zu wiederholen, so wie jedes anderes Wort. Das wird von den Suchmaschinen als Spam angesehen und sie könnten eine Bestrafung in Ihrer Platzierung erleiden.

Sobald der erste Abschnitt fertig erstellt ist und voller Schlüsselbegriffe, wenden Sie sich dem restlichen Ihres <body> Textes zu. Wenn Sie eine Grafik verwenden - in unserem Beispiel wäre ein Bild eines Doppelhauses wohl zutreffend- vergewissern Sie sich, dass sie das "alt" Attribut für die Grafik benutzen wie es im Abschnitt Design beschrieben wird. Natürlich sollte auch eigentliche Text immer noch Keywords beinhalten - allerdings ist der Mittelteil Ihres <body> Textes nicht ganz so wichtig wie der erste Abschnitt bzw. die ersten 300-400 Buchstaben des <body> Textes.

Am Ende Ihrer Webseite ist eine hohe Dichte an Schlüsselbegriffen wiederum wichtig, Normalerweise sind das Textlinks oder eine Zusammenfassung eines Produktes / einer Dienstleistung. Schreiben Sie Ihre Keyword-Phrasen ruhig ein- oder zweimal fett und kursiv - solange Ihre Seite dadurch nicht seltsam aussieht. Eine gute Idee ist, ganz unten auf Ihrer Seite Textlinks mit Keyword beinhaltend zu setzen sowie eine Zusammenfassung, die ebenfalls Ihre Schlüsselbegriffe beinhaltet.

Sie sollten darauf achten, dass die Anzahl Ihrer Schlüsselbegriffe annähernd **5% - 7%** beträgt. Anders ausgedrückt : 5% - 7% Ihrer Wörter aus dem <body> Text sollten Keyword-Phrasen sein. Mit den beiden Hauptbereichen besonders hoher Dichte von Schlüsselbegriffen am Anfang sowie Ende Ihrer Seiten. Einige Suchmaschinen achten bei der Ermittlung Ihrer Keyword-Dichte auf den gesamten Quelltext - dies schließt dann die

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Inhalte Ihres <head> Bereiches sowie solche Dinge wie das <alt> Attribut mit ein. Ermitteln Sie Ihre Keyword-Dichte ganz einfach online unter <http://www.keyworddensity.com/> . Die Seite ist zwar in Englisch, jedoch selbsterklärend. Wir empfehlen Ihnen, "raw data comparison" zu benutzen, um eine hervorragende Aufschlüsselung Ihrer Keyword-Dichte sowie deren Position zu erhalten. Es lässt sich sogar eine zweite URL zu Vergleichszwecken hinzufügen.

['Doppelhaus miete' in Google :-\)](#)

Mögliche Erschwernisse

In den meisten Fällen treten Erschwernisse auf, deren Sie sich bewusst sein müssen. Wir haben einige dieser in den "Aufbau" und "Design" Abschnitten aufgedeckt - so lassen Sie uns nun etwas tiefer in deren Lösung gehen...

Tabellen

Das was Ihnen und mir als Benutzer beim Betrachten einer Webseite an deren Anfang zu stehen scheint ist nicht dasselbe was der Spider einer Suchmaschine als den Anfang der Seite sieht. Dies wird durch die Tatsache veranschaulicht, dass - dies betrifft nun den Spider - z.B. der "Kontakt" Link auf der linken Seite **vor** steht. Sehen Sie den Newsletter Kasten auf der rechten Seite? Dieser erscheint **nach** der Navigation durch die Textlinks ganz unten auf dieser Seite! Der Grund hierfür liegt darin wie Tabellen gebaut sind. Hier eine typische 2 Spalten Tabelle...

seitl. Abschnitt	Hier steht der Haupt-Text.
---------------------	----------------------------

Der Quellcode dieser Tabelle lautet...

```
<table width=300 border=1 cellspacing=0 cellpadding=7 align="center">
<tr>
<td>
seitl.<br>Abschnitt
</td>
<td valign=top>
Hier steht der Haupt-Text.
</td>
</tr>
</table>
```

Wenn Sie sich daran erinnern wie ein Spider einer Suchmaschine arbeitet (nämlich von oben nach unten im Quelltext), so werden Sie sehen dass der erste Inhalt, den der Spider erreicht, die linke Spalte (seitl. Abschnitt; blau gekennzeichnet) ist. Dies bedeutet dass Sie nun am Anfang Ihrer linken Spalte Text mit vielen Schlüsselbegriffen beinhaltend einfügen sollten. Wenn Sie meine Homepage erneut aufrufen werden Sie bemerken, dass sich vor den Navigations-Links ein Absatz befindet. Dieser steht nicht zufällig da. Es gibt nämlich einen HTML Trick, mit dem die Haupt-Spalte (**Hier steht der Haupt-Text**) im Quellcode vor Ihrer linken Spalte (**seitl. Abschnitt**) steht. Wie dies genau funktioniert wird in dem CompuMaus Newsletter beschrieben - abonnieren Sie ihn jetzt und Sie werden erfahren wie dieser HTML Trick funktioniert und auch noch weitere HTML Lösungen zu häufigen Suchmaschinen-Optimierungs Problemen.

Frames

Wie bereits schon versprochen werde ich nun kurz auf das Thema Frame-Seiten eingehen. 85% der Webmaster dürfte es nicht bekannt sein, dass der Inhalt des <noframe> Tags von der grossen Mehrzahl der Suchmaschinen indexiert wird. Dies bedeutet Sie können vom <noframe> Bereich benutzen um Ihre Frameset-Seite zu optimieren ohne sich über das Design zu viele Gedanken zu machen. Wenn Sie den Anleitungen in diesem Tutorial folgen und einfach Ihren optimierten <body> Text in den <noframe> Tag hinein platzieren, werden sie bereits einen bedeutenden Fortschritt gemacht haben im Vergleich zu dieser Standard Floskel "Ihr Browser unterstützt keine Frames...". Vergessen Sie nicht, Links zu Ihren einzelnen Frame Seiten zu platzieren. Sonst finden sie einige Suchmaschinen nicht, obwohl heutzutage immer mehr Suchmaschinen Frameset Seiten folgen können. Es gibt da noch das Problem wenn Unterseiten in Suchmaschinen gefunden werden - wird diese dann vom Suchenden angeklickt, so lädt die Seite ohne das Frameset, was oft bedeutet, dass es keine seitliche Navigationsleiste gibt oder schlimmer. Ein weiterer guter Grund deshalb Textlinks unten auf jeder Seite hinzuzufügen und natürlich auch in Ihrem <noframe> Bereich. Es gibt JavaScript Code, um das ursprüngliche Frameset aufzurufen und die Seite korrekt in diesem anzuzeigen. Wie das mit diesem Javascript Code gelöst wird erfahren Sie in einer separaten Beschreibung sobald Sie den CompuMaus Newsletter abonniert haben.

Nun haben wir unsere optimierten Webseiten - es folgt jetzt der nächste Schritt, die Anmeldung bei den Suchmaschinen....

Suchmaschineneintrag bzw. Suchmaschinenanmeldung

Bevor Sie den letzten Schritt tun und Ihre Webseite bei Suchmaschinen anmelden, sollten Sie zuerst zwei wichtige Dinge überprüfen.

1. Ihre Webseite hat keine toten Links (grafische Links eingeschlossen). Ein toter Link auf Ihrer Homepage könnte zur Folge haben dass nicht all Ihre Seiten gespider werden. Sogar diejenigen, die richtig verlinkt sind könnten nicht gefunden werden, da der Spider der Suchmaschine Sie wieder verlässt bevor er all Ihre Seiten besucht hat.

2. Prüfen Sie Ihre Webseite - entweder online oder offline - durch einem HTML Gültigkeitscheck. Dies können Sie online [hier](#) auf der W3C Seite tun. Auch können Sie sich ein gutes HTML Editor Programm herunterladen, welches einen Gültigkeitscheck ermöglicht. Ein gutes Beispiel hierzu ist [HTML-Kit](#). Dürftiger Quellcode kann ein weiterer Grund für einen Suchmaschinen-Spider sein, um mit dem Indexieren Ihrer Seiten aufzuhören.

Sobald Sie Ihre Webseite nach toten Links und den Quellcode Validiert durch W3C überprüft haben, können Sie sie nun endlich bei Suchmaschineneintrag. Sie können Ihre Webseite bei Suchmaschinen auf 3 verschiedene Arten anmelden.

1. Es gibt verschiedenen Software Pakete, die Sie sich herunterladen können, um damit Ihre Webseite automatisch bei Suchmaschinen anzumelden. Der Vorteil bei der Benutzung dieser Software liegt darin, dass Sie sich eine Menge Zeit ersparen, da Sie die Details Ihrer Seite nur einmal eingeben müssen. Anschliessend wird Ihre Seite automatisch bei den grossen, in einigen Fällen auch bei vielen kleineren, Suchmaschinen angemeldet.

Allerdings existieren auch mehrere Nachteile bei der Benutzung der Software - insbesondere in Bezug auf die wichtigeren Suchmaschinen. Manche Suchmaschinen mögen keinen automatischen Suchmaschineneintrag. Man glaubt sogar dass einige grosse Suchmaschinen automatisch angemeldete Seiten bestrafen.

. So hat Altavista beispielsweise kürzlich erst ein Passwort in ihren Anmeldeprozess

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

eingefügt um so automatische Anmeldungen zu stoppen. Ein weiterer grosser Nachteil ist mehr die 'Beruhigung der Gedanken'. Sie verlassen sich auf eine Software um Ihre Seiten korrekt anzumelden. Nach all der Optimierungs-Anstrengung, die Sie erbracht haben, ist es normalerweise klug sich 100% sicher zu sein dass Ihre Seite korrekt angemeldet wurde. Das ist durch Software Anmeldungen allerdings nicht immer möglich, manchmal sind die Programme nicht auf dem aktuellen Stand bei ihren Suchmaschinen Updates, so dass Anmeldungen bei falschen Adressen vorkommen können. Für die Kleinere, weniger wichtige Suchmaschinen ist derartige Software aber geeignet.

2. Online Anmeldung durch Dritt-Webseiten und -Dienste. Es gibt zahlreiche Online Dienste, bei denen man die URL angeben kann für eine 'batch' Anmeldung bei Suchmaschinen. Ein Vorteil hierbei ist es, dass Anmeldungen in vielen Fällen kostenfrei getätigt werden können. Allerdings gibts es auch Dienste, die Ihre Webseite gebührenpflichtig anmelden. Seien Sie jedoch vorsichtig wenn sie einen automatischen Online Anmeldedienst verwenden. Erstens bekommen sie selten einen genauen Bericht darüber. Sie melden Ihre Seite an und kreuzen anschliessend in den meisten Fällen Ihre Finger. Sogar denjenigen Diensten, die Ihnen Berichte der Anmeldung liefern, müssen Sie Glauben schenken ohne Bestätigung von den Suchmaschinen selbst. Sie sollten insbesondere bei solchen Diensten vorsichtig sein, die Ihnen anbieten, Ihre Seite bei hunderten, in manchen Fällen auch tausenden, von Suchmaschinen anzumelden. Dies liegt darin begründet, dass 90% des Suchmaschinen-Traffics von den Top 5 Suchmaschinen stammt. Die restlichen Suchmaschinen sind entweder kleine, von denen Sie sehr wenig Traffic erhalten, oder - schlimmer - FFA (free for all) Listen, welche lediglich Email Sammel Scripte sind mit dem einzigen Zweck, Sie tagein tagaus zuzuspannen. Von den 3 Möglichkeiten der Anmeldung ist diese die schlechteste Wahl.

3. Manuelle Anmeldung Ihrer Webseite bei der Suchmaschine. Das manuelle Anmelden bei den Top 10 - 15 Suchmaschinen hat im Vergleich zu den anderen beiden vorgestellten Möglichkeiten viele Vorteile. Allerdings kann diese Art der Anmeldung sehr zeitraubend sein. Die Anmeldung ist ein wichtiger Schritt um Ihre Seite zu indexiert zu bekommen. Unserer Ansicht nach sollte man hier keine Einsparungen vornehmen. Wir bei COMPUMAUS melden die Webseiten all unserer Kunden manuell an. Für einige der kleineren Suchmaschinen benutzen wir auch Software, doch wenn die Zeit es zulässt melden wir Seiten sogar hier manuell an.

Um Ihnen bei der Anmeldung an Suchmaschinen zu helfen haben wir eine [spezielle Suchmaschineneintrag Seite](#) entwickelt, auf der Sie Links zu allen grossen Suchmaschinen Anmelde Seiten finden werden.

Hier noch einige zusätzliche Suchmaschinen-Anmelde Tips.

1. Lesen Sie die Hinweise einer Suchmaschine! Dort werden Sie herausfinden, wieviele Seiten Sie innerhalb von 24 Stunden anmelden dürfen, ob die Suchmaschine Ihre restlichen Seiten durchforsten und indexieren wird und andere suchmaschinen-spezifische Hinweise. Dies ist sehr wichtig, zumal einige Suchmaschinen viele Seitenanmeldungen auf einmal als Spam betrachten. 2-3 Seiten am Tag ist in den meisten Fällen OK, lesen Sie sich aber trotzdem die Hinweise komplett durch. Das Letzte was Sie wollen ist in der Anmeldephase zu scheitern.

2. Wenn eine Beschreibung gefragt ist sollten Sie beschreibenden Text verwenden, nicht einfach eine Anhäufung von durch Kommata getrennte Schlüsselbegriffe. Bedenken Sie, dass der Text Menschen dazu veranlassen soll, Ihren Link in den Suchergebnissen anzuklicken.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

3. Eine gute Kombination bei der Suchmaschinen-Anmeldung stellen 3 Seiten dar. Ihre Homepage, Ihre Site-Map (falls Sie keine haben, ziehen Sie es in Betracht, eine zu erstellen, da sie helfen kann sicherzustellen, dass all Ihre Seiten besucht und indexiert werden) und eine andere Ihrer Haupt-Seiten - wenn Sie sich bei den Suchmaschinen anmelden, die Ihre Seite tief durchforsten (sie folgen allen Links und indexieren jede Seite die sie finden).

Anmeldung bei Webkatalogen wird eingehend im Webkatalog Abschnitt auf dieser Website behandelt.

Sobald Sie bei den Suchmaschinen angemeldet haben...

Kontrollieren und Berichten

Nun da Sie Ihre Seiten bei Suchmaschinen angemeldet haben, können Sie mit anderen Dingen fortfahren. Für einige Suchmaschinen sind eingehende Links auf Ihre Homepage sehr wichtig, um diese zu indexieren. Google beispielsweise möchte sehen - bevor Ihre Seite indexiert wird - dass mindestens 2-3 Seiten auf Ihre linken. Ihr nächster Schritt ist es sicherzustellen, in so vielen grossen Verzeichnissen wie möglich gelistet zu sein. Insbesondere im Open Directory Project ([DMOZ](#)), den Verzeichnissen von [Yahoo](#), [Alles Klar](#) und [Web.de](#). Sie sollten sich anschliessend auf so viele regionale und themenverwandte Verzeichnisse wie Sie finden können konzentrieren, um so viele eingehende Links wie möglich zu erhalten.

Haben Sie hierauf einmal geachtet, wird es Zeit, Links von anderen Webmastern zu erhalten - vorzugsweise mit ähnlich verwandten Webseiten.

Erstellen Sie eine Liste der Webseiten Ihrer Mitbewerber oder sonstiger verwandten Webseiten und testen Sie deren Domainnamen mit unseren [Backward-link-tool](#) auf deren Popularität.

Klicken Sie auf den Link für jede Suchmaschine, um alle Webseiten zu finden, die auf Ihre Mitbewerber oder ähnlich verwandte Webseiten linken. Eine gute Idee ist es, diese Ergebnisse zu kopieren und in eine Tabelle mit 2 zusätzlichen Spalten einzufügen... Email Adresse und Kontaktnamen.

Bald werden Sie eine lange Liste von Webmastern haben, die Sie nach einem Linktausch fragen oder einfach um einen Link bitten können. **Es ist eine alte Weisheit: wer nicht fragt bekommt auch nichts.** Was haben Sie zu verlieren wenn Sie erfolglos fragen?

Wenn Sie bereits andere Webseiten haben, vergewissern Sie sich einen Link auf Ihre neue Seite zu setzen, vorzugsweise einen Textlink, welcher einen Schlüsselbegriff im Text beinhaltet.

Ich werde einen tiefgehenden Artikel schreiben über Linkpopularität und wie Sie Links erhalten können - all dies in dem demnächst erscheinenden Newsletter. Tragen Sie sich jetzt ein (oben rechts).

Nun müssen wir noch wissen, wann die Suchmaschine kommt. Falls Sie sich für Inktomis "pay for inclusion" oder Altavistas Express Anmeldung entschieden haben, werden Sie einfach per Email benachrichtigt sobald Ihre Seite indexiert ist (viel mehr über "pay for inclusion" erfahren Sie im Abschnitt über Suchmaschinen). Wenn Sie sich allerdings nicht für diesen Weg entschieden haben oder wenn Sie wissen wollen ob Suchmaschinen-Spider Ihre Seite besucht haben, müssen Sie entweder Ihre Log-Dateien analysieren können oder benötigen eine Art Statistik Script auf Ihrer Homepage, das Ihnen die besuchenden "user-agents" und IP-Nummern mitlogt. Es gibt kostenlose Statistik Dienste, die Ihnen im

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Gegenzug für die Platzierung eines Banners auf Ihrer Homepage grundlegende Zugriffs-Statistiken Ihrer Seite bieten. Dies ist die einfachste Art - aber auch die unprofessionellste. Gewerbliche Seiten sollten auf jeden Fall kostenlose Online Statistiken vermeiden, die Ihren Webseiten Traffic der breiten Masse der Besucher genau ersichtlich macht. Sogar ein simpler Zugriffs-Zähler wird als unprofessionell angesehen. Allerdings können Sie in vielen Fällen für die Statistiken bezahlen, die dann passwortgeschützt sind und keinen Banner oder Button auf Ihrer Seite erfordern. Falls Sie finanziell in der Lage sind ist dies eine exzellente Möglichkeit. Die Kehrseite dabei ist, dass Sie für die Zugriffszählung suchmaschinen-unfreundlichen Javascript Code in Ihre Seite einbinden müssen.

Viele Web Hosts bieten eigene Web Zähler als Teil ihres Hosting Dienstes an. Es ist ratsam, mit seinem Host abzuklären, ob es möglich ist, Ihre Statistiken online zu betrachten.

Eine andere, flexiblere Möglichkeit stellt das Kaufen oder Runterladen von "try & buy" Versionen von Log-Dateien Analyse Programmen dar. Die Software ist nicht billig. Es gibt einige kostenlose / Shareware Log-Dateien Analyse Programme, welche für grundlegende Zwecke gut sind. Insbesondere für die Überprüfung der "user-agent" Besuche eignen sich diese Programme sowie um Aufzuzeigen, ob ein Suchmaschinen Spider Sie besucht hat.

Sie müssen allerdings wissen, welche IP Adresse oder welchen "user-agent" ein Suchmaschinen-Spider benutzt. Hier einige der besser bekannten...
Eine umfangreiche Liste Suchmaschinen HTTP User Agent und IP Nummern finden sie [hier](#).

Vergessen Sie nicht, dass der Besuch eines Spider noch nicht bedeutet, dass Ihre Seite in den Suchergebnissen erscheint. Es kann einige Zeit dauern zwischen dem Durchforsten Ihrer Seite und deren Indexierung.

Das Wichtigste was Sie nun zu diesem Zeitpunkt Ihrer Webpromotion benötigen ist **GEDULD**. Es können bis zu 3-4 Monate vergehen um in einigen Suchmaschinen gelistet zu werden. Die schnellsten der grossen Suchmaschinen benötigen immer noch 2-3 Wochen um Ihre Seite zu indexieren. Haben Sie keine eingehenden Links, kann es bei Google - welcher seine Ergebnis-Datenbank ungefähr einmal im Monat updatet - beispielsweise lange Zeit dauern bis Sie eine Positionierung erhalten. Während Sie auf die Suchmaschinen Eintragung warten, konzentrieren Sie sich darauf, Links auf Ihre Seite zu erhalten und machen sich nicht so viele Gedanken. So lange Sie unsere Suchmaschinen Anleitungen befolgt haben wird Ihre Seite in angemessener Zeit gelistet werden.

Zusammenfassung Suchmaschinenoptimierung

Diese Einführung in die Suchmaschinenoptimierung hat eine Menge an Suchmaschinenoptimierungs Know-How umfasst. Wenn Sie all die Tips und Anweisungen der Suchmaschinenoptimierung verstehen und implementieren, können Sie sehr zuversichtlich sein, dass Ihr Ranking auf mindestens die Top 50 einer Suchmaschine steigen wird. Ungeachtet der gewählten Keywords. Einige von Ihnen werden Glück haben und eine Top 10 Position erreichen allein durch das Know-How, das in dieser Anleitung enthalten ist. Andere jedoch werden es übertreiben und aus Unachtsamkeit bei den Suchmaschinen spammen. Dies könnte bedeuten, daß Ihre Seite bestraft wird oder - schlimmer -auf die Blacklist kommt.

Wir haben nur die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung richtig abgedeckt. Wir von COMPUMAUUS beschäftigen uns kontinuierlich mit den Suchmaschinen, um Veränderungen in deren Algorithmen und Beschränkungen in Bezug auf die Keyword-Platzierung sowie viele andere Faktoren herauszufinden, die es uns jederzeit garantieren in der Lage zu sein, zu wissen wie weit - zu weit ist, so weit es Optimierung abgeht.

CompuMaus Computerschule Brühl

Suchmaschinenoptimierung von Web-Sites

Falls Sie die Zeit und die notwendigen HTML Kenntnisse besitzen, können Sie sehr gute Ergebnisse erzielen, die von den Suchmaschinen aus dieser Anleitung akzeptiert werden. Wenn Sie allerdings nicht die Zeit haben oder nicht bereit sind zu riskieren, daß die Webseite Ihrer Firma von Suchmaschinen bestraft oder ausgeschlossen wird, sollten Sie es in Betracht ziehen, die Aufgabe der Suchmaschinenoptimierung der Firma COMPUM AUS Internet Marketing zu übertragen. Wir haben die Sachkenntnisse sowie die Programme, um die Arbeit sicher und schnell zu erledigen. Der ROI (return on investment) war nie besser als bei der Suchmaschinenoptimierung. **Ein stetiger Zufluss von gezieltem Traffic durch professionelle Suchmaschinenoptimierung wird die Bannerwerbung nach Kosten / Ertragssicht jederzeit schlagen!** Das Auslagern Ihrer gesamten Web-Werbe-Kampagne erlaubt Ihnen und Ihren Angestellten nicht nur, sich auf Ihr Geschäft zu konzentrieren, sondern gibt Ihnen auch die Beruhigung, daß sich Profis mit suchmaschinenfreundlichen Methoden um Ihre Seite kümmern.

Eine Menge unserer Arbeit kommt zur Zeit durch das Beseitigen der Schäden, die durch sogenannte Suchmaschinenoptimierung Firmen entstanden sind. Diese haben versucht, ihre Seiten entweder selbst zu optimieren oder von anderen Firmen optimieren lassen, die jedoch einfach nicht die Sachkenntnisse oder die Fähigkeiten hatten, eine sichere und professionelle Suchmaschinenoptimierung zu betreiben.

Das Augenmerk gerichtet auf Details sowie zusätzliches Know-How - nicht in diesem Tutorial besprochen - macht den Unterschied zwischen einer akzeptablen Position sowie einer Top 5 Position. Viele, die diese Webseite besucht haben und die Anleitungen gelesen haben, fragen sich wahrscheinlich weshalb wir so viel Know-How gelüftet haben. Ich habe selbst daran gezweifelt ob ich so weit gehen soll wie ich es getan habe, indem ich so viel Wissen mit Ihnen geteilt habe. Allerdings habe ich diese geschäftliche Entscheidung getroffen um potentiellen Kunden zeigen, daß COMPUM AUS Internet Marketing nicht noch eine weitere dieser vermeintlichen Suchmaschinenoptimierungs-Firmen ist, die einfach nur Metatags einsetzen und die Seiten anschliesend anmelden. Ich sah es als notwendig, Ihnen mein tiefes Verständnis von Suchmaschinen und Suchmaschinenoptimierung aufzuzeigen.

Wir von COMPUM AUS würden uns über Ihr Feedback - ob positiv oder negativ - freuen. Verbesserungsvorschläge für diesen Optimierungs-Lehrgang oder für die gesamte Webseite sind sehr wertvoll für uns. Sie können uns entweder direkt kontaktieren oder Ihre Vorschläge in unserem eigenen Forum für Suchmaschinenoptimierung einbringen. Wir werden uns bemühen, mit den ständigen Änderungen bei den verschiedenen großen Suchmaschinen mitzuhalten und Sie hier oder in unserem Newsletter darüber zu informieren. Unser Newsletter wird jeden 1. und 15. des Monats veröffentlicht. Wir versprechen Ihnen, uns darin tiefer mit den Praktiken der Suchmaschinenoptimierung zu beschäftigen und auf dem neuesten Stand der Suchmaschinenoptimierung zu sein. Sie können diesen Newsletter in dem Feld oben rechts auf dieser Seite abonnieren. Ihre E-mail Adresse wird **NICHT** an Dritte weitergegeben und einzig und allein für die Zustellung des COMPUM AUS Internet Marketing Newsletters verwendet.