SEO-Check 1: Suchmaschinenoptimierung im Überblick

Wie Ihre Website bei Google besser zur Geltung kommt

Google hat, wie auch alle anderen Suchmaschinen, seine eigenen Regeln, nach denen die Angebote im Internet kategorisiert, gespeichert und angezeigt werden. Die Relevanz für einen bestimmten Suchbegriff ist das Hauptbewertungs-Kriterium. Der Algorithmus nach dem bewertet wird ist hochkomplex und ändert sich ständig. Trotzdem gibt es auch Konstanten, nach denen man sich richten kann.

Grundsätzlich will Google seinen Suchenden schnellstmöglich das passende Ergebnis zu deren Suchvorgang liefern. Alles was Google bei diesem Ziel unterstützt hilft auch Ihnen als Seitenbetreiber, bessere Platzierungen zu erreichen. Das heißt, Sie müssen klar definieren für welches Problem Sie die passende Lösung bieten und dies der Suchmaschine, mit Hilfe der passenden Keywords, auch mitteilen.

Ergänzt wird das Ganze durch messbare Begleitumstände, wie Backlinks, Social-Signals und die Verweildauer auf Ihrer Seite, die Ihre Aussagen bestätigen oder eben widerlegen. Die folgende Checkliste hilft Ihnen dabei sich einen ersten Überblick zu verschaffen.

- ☐ **Nutzen Sie eine „sprechende" bzw. beschreibende Domain**, in der idealerweise das wichtigste Keyword enthalten ist. Je besser man anhand der Domain schon zuordnen kann, um was es auf Ihrer Seite geht, desto besser.

- ☐ Ihre Überschriften sollten für die Suchmaschine auch als solche erkennbar sein. **Formatieren Sie diese deshalb immer mit den "H-Tags" (**H1 bis H6). Strukturieren Sie Ihre Inhalte damit sinnvoll. Das ist auch für die Suchmaschinen erkennbar und zeugt von hoher Qualität für den Leser.

- ☐ **Je weiter vorne ein Keyword in Ihren Texten erscheint desto höher wird es gewichtet**. Benutzen Sie also die wichtigsten Keywords möglichst schon in den Einleitungstexten oder zumindest möglichst weit vorne in Ihren Ausführungen.

- ☐ **Widmen Sie sich pro Website, aber auch pro Unterseite immer einem Thema** und schließen Sie es auch dort ab. So können die Inhalte von den Suchmaschinen besser gefunden, verarbeitet und indiziert werden und natürlich auch vom Menschen besser gelesen und bearbeitet werden.

- ☐ **Ordnung ist gut. Zu viel des Guten schadet aber.** Übertreiben Sie es also nicht mit der Strukturierung Ihrer Inhalte. Eine zu starke Verzweigung in Unterkategorien und Untermenüs schafft eher Verwirrung statt Übersicht. Jedes Thema sollte mit wenigen Klicks zu erreichen sein. Weniger ist da oft mehr.

- ☐ **Content is King – Der Inhalt ist König.** Diese Aussage ist zwar richtig und wichtig, aber eben auch leichter gesagt als umgesetzt. Was sind denn gute Inhalte? Grundsätzlich ist ein Inhalt dann gut und relevant, wenn er für die Menschen erstellt wurde, nicht für die Suchmaschinen. Paradoxerweise belohnt das sogar die Suchmaschine selbst auch. Sie will ja ihren Suchenden passende Ergebnisse liefern – Sie erinnern sich? Erstellen sie also Inhalte, die Ihrer Zielgruppe bei deren Problemen und Wünschen weiterhelfen, dann sind Sie auf dem richtigen Weg.

- ☐ **Nutzen Sie die kostenlosen Google-Webmaster-Tools** oder im Original, die Google-Search-Console – http://www.google.com/webmasters/tools. Tragen Sie Ihre Seiten dort ein und nutzen Sie die zahlreichen Werkzeuge, die Ihnen bei der Analyse Ihrer Seite helfen. Lassen Sie sich einfach von Google sagen, was Sie aus deren Sicht verbessern können.

- ☐ **Achten Sie auf die externe und interne Linkstruktur Ihrer Seite.** Ordnen Sie die Inhalte damit und vergeben Sie auch suchmaschinentaugliche Links dafür.

- ☐ **Verwenden Sie genügend Zeit auf die Recherche der richtigen Keywords.** Die Keywords und Phrasen, die Ihre Zielgruppe verwendet, müssen nicht zwangsweise denen gleichen, die Sie als Anbieter verwenden. Prüfen Sie das regelmäßig.

- ☐ **Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.** Deshalb sollten Sie vor allem im Internet immer auch Bilder und Grafiken einsetzen, um Ihre Botschaft zu übermitteln und zu unterstreichen. Allerdings haben die Suchmaschinen immer noch so ihre Schwierigkeiten damit Bilder zu erkennen und auszuwerten.
  Deshalb sollten Sie bei jedem Bild auch zusätzlich beschreibende Texte verwenden. Das gilt auch für die weiterführenden Links. Ergänzend ist es hilfreich, den Title-Tag und den ALT-Tag bei Bildern zu nutzen und dort mit Hilfe Ihrer Keywords zu beschreiben, was auf dem Bild zu sehen ist.

- ☐ Stellen Sie dabei sicher, dass **all Ihre TITLE- und ALT- Tags** aussagekräftig und eindeutig sind und verwenden Sie wo immer möglich Ihre wichtigsten Keywords.

- ☐ **Testen Sie Ihre Website regelmäßig** im Hinblick auf Erreichbarkeit, Aktualität und Ladezeiten. Das sind alles Kriterien, die in die Bewertung bei der Suchmaschine eine Rolle spielen.

☐ **Gedanken, Umsetzungspunkte und Notizen:**