

Das 1x1 für top Suchmaschinenergebnisse

So verbessern Sie Ihr Ranking bei Google & Co – und die Besucher kommen wie von selbst auf Ihre Website.

Definieren Sie Keywords

Stellen Sie sich vor, ein Internet-Nutzer ist auf der Suche nach den Produkten und Dienstleistungen, die Sie anbieten. Welche Begriffe wird er in die Suchmaschine eingeben? Meistens nicht die korrekten Fachbegriffe, sondern umgangssprachliche Bezeichnungen.

Diese Begriffe sind die Wörter, die auf Ihrer Website vorkommen sollten: Ihre Keywords. Bauen Sie diese Keywords in Einzahl, Mehrzahl und gängige Synonyme auf Ihrer Website ein. Oft suchen die User nach Verben statt Substantiven – also nach „italienisch essen“ statt „italienisches Restaurant“.

Erstellen Sie eine Keyword-Liste für jede Einzelseite, die Sie in die Metatags des Quellcodes einfügen. Es gibt einige Suchmaschinen, die die unsichtbare Angabe von Keywords unterstützen, um den Inhalt von Websites zu indizieren.

Eine Seite zu jedem Thema

Wenn Sie besonderen Wert darauf legen, über Suchmaschinen gefunden zu werden, sollten Sie für Ihre Kernthemen jeweils eine eigene Seite innerhalb Ihrer Website vorsehen. Diese können Sie dann ganz konkret auf ein bis zwei Keywords optimieren.

Seitentitel gestalten

Geben Sie jeder einzelnen Seite Ihrer Website einen Titel, der im Webbrowser links oben angezeigt wird. Setzen Sie relevante Keywords an den Anfang des Titels, denn Suchmaschinen bewerten den Seitentitel besonders hoch. Die Keywords sollten immer in Bezug zum Inhalt der Seite stehen und pro Seite einzigartig sein.

Zusätzliche Informationen (z.B. der Firmenname) sollten erst nach den wichtigsten Keywords der Seite vorkommen.

Kurzbeschreibungen texten

Die Kurzbeschreibung ist in der Ergebnisliste der Suchmaschinen sichtbar. Gestalten Sie für jede einzelne Seite eine eigene Kurzbeschreibung. Es ist nicht sinnvoll, identische oder ähnliche Beschreibungen für alle Seiten zu verwenden, wenn einzelne

Seiten in den Suchergebnissen angezeigt werden sollen.

Verfassen Sie Beschreibungen, die die entsprechende Seite genau charakterisieren. Nur auf der Startseite und zusammenfassenden Seiten sollten die Beschreibungen die gesamte Website charakterisieren – hier können Sie auf Ihr gesamtes Angebot hinweisen.

Die Kurzbeschreibung sollte mindestens 150 Zeichen lang sein – diese werden in der Anzeige der Suchergebnisse gezeigt. Für manche Suchmaschinen ist es sinnvoll, bis zu 250 Zeichen Description-Text zu verfassen.

Achten Sie darauf, dass Ihre Beschreibungen auch wirklich aufschlussreich sind. Die Kurzbeschreibungen werden nicht auf den Websites angezeigt, die der Nutzer liest, daher wird dieser Content leicht vernachlässigt.

Der Beschreibungstext sollte möglichst viele relevante Keywords enthalten, aber dennoch einen zusammenhängenden Satz bilden.

Keywords in den Text einbauen

Suchmaschinen indizieren den gesamten zugänglichen Text einer Website. Daher sollten die relevanten Keywords im Text vorkommen – und das mehrmals!

Besonders hoch bewerten die Suchmaschinen dabei Links, Überschriften und Subüberschriften. Selbst die Namen der Bilder und die dazugehörigen Alt-Tags werden einbezogen. Unter www.lisaundgiorgio.at finden Sie „7 Tipps fürs Texten im Web“ zum Download.

Eingehende Links aufbauen

Je mehr Links auf Ihre Website verweisen, desto höher stuft Google Sie ein. Versuchen Sie gezielt eingehende Links aufzubauen, indem Sie Online-PR betreiben oder Vereinbarungen mit Kooperationspartnern treffen.

Hier gilt: Qualität vor Quantität. Links von Websites, die von Google als sehr relevant eingestuft werden, bringen Ihnen wesentlich mehr. Dabei zählt unter anderem der von Google vergebene Pagerank. Einen hohen Pagerank haben beispielsweise Tageszeitungen und seriöse Informationsportale.