

Darstellung der Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung

Ob und an welcher Position eine Seite zu einem bestimmten Suchbegriff in den organischen Suchergebnissen einer Suchmaschine erscheint hängt von sehr vielen Faktoren, wie z.B. dem Alter einer Seite, der Keyworddichte oder der Aktualität der Texte ab und ist das Gebiet der Suchmaschinenoptimierung. Das ganze kann man sich wie eine Art Fragenkatalog mit über tausend Punkten vorstellen, deren Antworten unterschiedlich gewichtet werden und miteinander kombiniert eine Gesamtpunktzahl ergeben.

Bei der Suchmaschinenoptimierung unterscheidet man zwischen der sogenannten OnPage- und OffPage-Suchmaschinenoptimierung. Zum OnPage Bereich gehören alle Maßnahmen, die auf der Seite selbst realisiert werden können. Unter OffPage-Suchmaschinenoptimierung werden alle Maßnahmen verstanden, die im Linkbuilding-Bereich liegen, d.h. die Anzahl und Qualität der externen Links zur eigenen Seite.

OnPage SEO

Layout:

Das Layout der Startseite wird bereits unter den Gesichtspunkten der Suchmaschinenoptimierung entworfen.

- ✓ Die wichtigsten Schlüsselbegriffe aus Ihren Geschäftsfeldern werden in der Navigation oder im Fließtext benannt. Die Schlüsselbegriffe dürfen nicht zu oft genannt werden, damit sie nicht als Spam bewertet werden, aber auch nicht zu selten, da sie sonst an Relevanz verlieren.

- ✓ Der News-Bereich auf der Startseite bildet ein dynamisches Element, d.h. ein Inhaltsbereich, der sich ändert und nicht statisch ist. Eine Seite mit dynamischen Bereichen, die ab und an geändert werden, wird höher bewertet als eine Seite mit statischen Inhalten.
- ✓ Optional kann der Punkt Karriere mit aktuellen Inhalten ebenfalls ein dynamisches Seitenelement darstellen
- ✓ Das Verhältnis von Text zum Quellcode sollte stimmen, daher ist auf den Entwürfen genug Platz für Textbereiche. Textauszeichnungen und Scripts (css Stylesheets und JavaScript) werden in separaten Datei abgelegt
- ✓ Optional kann bereits auf der Startseite eine Sitemap im Footer-Bereich der Seite platziert werden. Das Ziel der sogenannten internen Verlinkung ist, die Anzahl der Navigationsebenen so niedrig wie möglich zu halten und die Robots der Suchmaschinen durch das ganze Projekt zu führen
- ✓ Das Layout besteht insgesamt aus Weboptimierten Grafiken. Das bedeutet die richtige Wahl eines Dateiformats (JPEG oder PNG für Bilder, GIF für transparente Grafiken oder indizierte Farben), sowie der dazugehörigen Kompressionsstufe. Das sorgt für kurze Ladezeiten beim Nutzer und wird bei der Positionierung belohnt.

HTML-Quelltext

Der HTML-Quelltext den ein Betrachter einer Seite normalerweise nicht sieht, bietet die größten Möglichkeiten in Bezug auf die OnPage-Suchmaschinenoptimierung. Die Optimierung umfasst unter anderem:

- ✓ Der Google Roboter weißt nicht, welche Informationen sich auf Bildern verstecken, daher werden alle Bilder mit einem Alternativtext versehen
- ✓ Sauberer Code, d.h. JavaScript und Stylesheets werden in externe Dateien ausgelagert. Auf Inline-Formatierungen, Framesets, Layout-Tabellen und Spaghetti-Code wird verzichtet
- ✓ Auch diverse Plugin-Ins wie Flash und Java-Applets sind aus der Suchmaschinenoptimierer-Sicht ein Nachteil. Flash ist ein eigenständiges, prioriäreres Format welches von den Suchmaschinen nicht gelesen werden kann. Somit wird weitestgehend auf Applets und Flash-Animationen verzichtet. An Stellen an denen das nicht möglich ist, werden alternative Seitenelemente vorgesehen um sicherzustellen, dass Endgeräte die kein Flash unterstützen (z.B. Iphone), die Seite richtig darstellen können
- ✓ Die Dateien robots.txt und XML-Sitemap werden von Google-Roboter auf dem Server gesucht um die Seitenstruktur auszulesen. Beide Dateien werden angelegt und erleichtern dem Roboter die systematische Durchsuchung der Seite
- ✓ Verzicht auf doppelten Content – d.h. die Seite ist nur unter der Adresse www.Domainname.de erreichbar. Ein Nutzer der im Browser Domainname.de eingibt, wird auf www.Domainname.de weitergeleitet

- ✓ Favicon ist das kleine Bild links neben der Adresszeile des Internetbrowsers und erscheint auch wenn man die Seite zu seinen Browser-Favoriten hinzufügt. Im Google-Algorithmus ist auch ein solches kleines Piktogramm von großer Bedeutung.

CMS-System

Typo3 verfügt bereits von Hause aus über einige SEO-Tools die durch uns noch erweitert werden. Dazu gehören:

- ✓ Individuelle Meta-Tags pro Seite. Falls keine Meta-Tags bei einer neu angelegten Seite eingegeben werden, werden die Meta-Tags der nächst höheren Ebene übernommen
- ✓ Jeder Typo3-Seite kann ein individueller Titel vergeben werden
- ✓ Typo3 erzeugt einen sauberen HTML-Code. Textformatierungen wie Schriftarten, Unterteilungen, Hervorhebungen und Überschriften werden mit entsprechenden HTML-Befehlen und Klassen versehen
- ✓ Alle Bilder und Links können mit Alternativtexten versehen werden. Der Google Roboter weiss nicht, welche Informationen sich auf Bildern verstecken
- ✓ Individuelle Fehlerseiten
- ✓ Typo3 erstellt auf Wunsch mit der Funktion „Zauberbild“ weboptimierte Grafiken und sorgt für kurze Ladezeiten beim Nutzer

- ✓ Diverse Funktionen zur Sitemap-Generierung stehen bereits in der Standardinstallation zur Verfügung und erlauben eine dichte, interne Verlinkung
- ✓ Vom Menschen lesbarer Adressformat. Damit werden Adressformate wie `www.Domainname.de/index.php?id=12&abc=U&tx_ttnews[backPid]=8` die sich kein Mensch merken kann und sich niemand ansatzweise was darunter vorstellen kann in `www.Domainname.de/sprachen/de/unternehmen/philosophie` umgeschrieben

OffPage SEO

Bei der OffPage Optimierung wird Ihre Seite in den wichtigsten Suchmaschinen angemeldet. Optional können wir die Homepage per Hand in Artikelverzeichnissen und Webkatalogen eintragen. Dazu verfassen wir redaktionelle Texte zu bestimmten Schlüsselbegriffen und platzieren diese auf themenrelevanten Seiten. Dabei spielt die Qualität der Texte und Themenrelevanz der anderen Seite eine wichtigere Rolle als die Quantität.