

Suchmaschinen-Optimierung: Ein Spickzettel für Redakteure

Das Wichtigste

1. Internetseiten sind für echte Menschen erstellt. Die erstellten Seiten dürfen sich nicht nur an der Suchmaschinenoptimierung ausrichten!
2. Redakteure sind vor allem den Lesern verpflichtet und erst danach der Suchmaschinenoptimierung. Damit die Artikel gefunden werden, ist es dennoch notwendig, sich auch über die Optimierung für Suchmaschinen Gedanken zu machen.
3. Es ist nicht immer möglich, alle Punkte dieser Checkliste umzusetzen.

Seitentitel

Viele CMS erlauben es den Seitentitel selbst festzulegen. Der Titel der Seite sollte die zu optimierenden Keywords unbedingt (!) enthalten.

Überschriften

1. Keywords gehören in die Überschrift
2. Zwischenüberschriften mit Keyword-Varianten erstellen
3. Überschriften dienen vor allem den Lesern als Orientierung

Text

1. Keywords im Text in verschiedenen Varianten verwenden.
2. Keywords hervorheben, z. B. Fett, Kursiv; Unterstreichungen vermeiden → Verwechslungsgefahr mit Links für den Leser.
3. Nicht übertreiben! Der Text soll schließlich lesbar bleiben.

Links

Interne Links

1. Unterseiten gut untereinander verlinken
2. Links im Text verwenden
3. Keywords in den Link-Text eingeben

Externe Links (eingehende Links)

1. Falls möglich, auch eingehende Links mit guten Link-Texten versehen.
2. Links auch auf die Unterseiten nicht nur auf die Startseite setzen.
3. Links sollten möglichst von thematisch passenden Webseiten kommen.
4. Links sollten von thematisch passendem Text umgeben sein.
5. ACHTUNG: Auf die Webmaster-Richtlinien achten.

Suchmaschinen-Optimierung: Ein Spickzettel für Redakteure

Keywords

1. Brainstorming zu den Keywords machen → Relevante Keywords für die einzelnen Unterseiten bestimmen.
2. Nur zwei, maximal drei Keywords je Seite verwenden.
3. Keywords als gedankliche Wolke entwickeln. Eventuell Google-Adwords nutzen, um zusätzliche relevante Begriffe zu finden.
4. Keyword-Synonyme verwenden. Thesaurus der Textverarbeitung als Ideenlieferant.

Metadaten

Metadaten sind für die Bewertung durch die Suchmaschinen nicht sehr relevant. Aber, und **das ist in diesem Fall entscheidend**, sie können die Anklick-Rate eines Suchmaschinenergebnisses erhöhen.

1. Meta-Description: Kurze Zusammenfassung des Inhalts. → kann die Durch-Klick-Rate erhöhen.
2. Alle anderen Meta-Daten können vernachlässigt werden.

Erfolgskontrolle

Gemeinsam mit dem SEO-Verantwortlichen sollten Keywords und Seitenzugriffe ausgewertet werden.

Suchmaschinen-Optimierung: Ein Spickzettel für Redakteure

Glossar

Meta-Description

Ein Teil der Metadaten einer Website. Metadaten sind Informationen über eine Website. Diese werden nur von Suchmaschinen gesehen. Der Normale Nutzer sieht die Metadaten im Allgemeinen nicht.

Keyword

Schlüsselwort. Also der Begriff oder auch das einzelne Wort über den ein Suchender die Seite bei einer Suchmaschine finden soll. Ganz deutlich: Ein Suchbegriff / Keyword kann auch aus der Kombination von Wörtern bestehen.

Links

Verweise im Internet. Es werden bei der SEO externe Links also Verweise von anderen Webseiten und interne Links also Verweise innerhalb einer Webseite unterschieden.

Webseite

Zweideutig. Zum Einen bezeichnet der Begriff „Webseite“ eine einzelne Seite wie z. B.

www.example.com/exakt-diese-seite.html.

Zum Anderen kann mit dem Ausdruck aber auch der gesamte Webauftritt unter der Domain www.example.com gemeint sein.

SEO

engl. Abk. für Search Engine Optimization → Suchmaschinenoptimierung

CMS

Content-Management-System: Eine Software-Anwendung zur einfachen Pflege von Webseiten.

Durch-Klick-Rate

Als Click-Through-Rate (CTR) oder zu deutsch Durch-Klick-Rate wird die Anzahl der Klicks auf den Suchergebnisseintrag im Verhältnis zu den Einblendungen bezeichnet.

Kontakt

ilexius GmbH – Ihr Ansprechpartner für IT.

www.ilexius.de

Copyright 2008, ilexius GmbH