

Wissen auf den Punkt gebracht.

 **30 MINUTEN**

Suchmaschinen- optimierung

Silvia Kohring

GABAL

30 Minuten
Suchmaschinen-
optimierung

Silvia Kohring

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek. Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-96739-104-6

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Buddelschiff, Stuttgart – www.buddelschiff.de
Lektorat: ArsVocis – Anna Ueltgesforth, Amorbach
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2022 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autorin noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Wir drucken in Deutschland.

www.gabal-verlag.de
www.gabal-magazin.de
www.twitter.com/gabalbuecher
www.facebook.com/gabalbuecher
www.instagram.com/gabalbuecher



PEFC zertifiziert
Dieses Produkt stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten
Quellen.
www.pefc.de

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt zu dem Thema, das Sie besonders interessiert.
- **Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.**
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.

Inhalt

Vorwort	6
1. Das ist Suchmaschinenoptimierung	9
Warum Suchmaschinenoptimierung so wichtig ist ...	10
So funktioniert Suchmaschinenoptimierung.....	12
Google und andere Suchmaschinen	13
2. SEO: Selbst machen oder helfen lassen	17
Vieles können Sie selbst machen	18
... und manchmal lohnt sich externe Hilfe	20
Zusammenarbeit mit einem Dienstleister	22
3. Klärungsfragen, die sich lohnen.....	27
Klare Ziele, klarer Auftritt.....	28
Die Zielgruppe genau kennen	34
Passende Keywords für packende Inhalte	37
4. Praxisarbeit im CMS.....	45
Arbeiten im Content-Management-System CMS	46
Bilder als Rankingfaktor	63
Die URL-Struktur	68

5. Weitere SEO-Maßnahmen	71
Doppelte Inhalte – Duplicate Content	72
Seitengeschwindigkeit (Page Speed)	75
Local SEO und Google My Business	77
Backlinks	80
Google Core Web Vitals.....	86
Fast Reader	89
Die Autorin	94
Register	95

Vorwort

„In drei Tagen auf Platz 1 bei Google.“ Verspricht Ihnen jemand so etwas, sollten Sie skeptisch werden. Sparen Sie sich im Falle eines derartigen Angebots lieber Ihr Geld.

Unrealistische Angebote bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO Search Engine Optimization) sind leider keine Seltenheit. Ich selbst habe vor vielen Jahren viel Geld in eine teure, aber nicht optimierte Website investiert und für meine Unkenntnis teuer Lehrgeld bezahlen müssen. Ich musste erfahren, dass es, wie im wahren Leben, auch bei Internetseiten nicht (nur) auf die äußere Schönheit, sondern letztlich vor allem auf die inneren Werte ankommt.

Als damals meine Umsätze plötzlich wegbrachen, musste ich erkennen, wie überlebenswichtig es gerade für kleinere Unternehmen ist, gut im Internet gefunden zu werden.

Wenn Sie eine eigene Website haben, stehen Sie früher oder später vor einer ähnlichen Herausforderung. Sie müssen sich mit Ihrem Internetauftritt und dessen Performance auseinandersetzen.

Sie können eine Agentur beauftragen, was durchaus sinnvoll sein kann, oder Sie können selbst Hand anlegen und sich mit dem Thema Suchmaschinenoptimierung auseinandersetzen. Nehmen Sie die Herausforderung an! SEO ist spannend und kann unerwartet viel Freude bereiten. Spätestens dann, wenn sich entsprechende Erfolge einstellen.

Sich mit der eigenen Website auseinanderzusetzen, bedeutet nicht nur, das eigene Angebot zu analysieren, sondern auch, sich selbst besser kennenzulernen. Ihre Website reflektiert nicht nur Ihr Angebot, sondern auch Sie selbst als Anbieter von Dienstleistungen und Produkten, für was Sie stehen und letztlich auch wer Sie sind.

Wenn Sie wenig oder keine Kenntnisse von Suchmaschinenoptimierung haben und das Thema für Sie bislang ein Buch mit sieben Siegeln ist, dann ist dieses Buch wie für Sie gemacht. Sie erfahren in komprimierter Form und in verständlicher Sprache, was Sie tun können, um Ihre Website bei Google & Co. gut zu positionieren, aber auch wann es besser ist, sich Unterstützung zu suchen.

Dieser Ratgeber soll Sie für das Thema Suchmaschinenoptimierung öffnen und Ihnen den Einstieg in eine vielleicht noch neue Thematik erleichtern. Es soll Lust auf SEO wecken und Sie anregen, einfach loszulegen, durch „learning by doing“ nachhaltige erkennbare Erfolge zu erzielen und neue Kunden zu gewinnen.

Ich wünsche Ihnen von Herzen ein gutes Gelingen.

Herzliche Grüße

Silvia Kohring
www.seo-hd.de

Was ist SEO und welche Bedeutung hat Suchmaschinenoptimierung?

Seite 10

Wie funktionieren Suchmaschinen?

Seite 12

Google oder kein Google? Welche alternativen Suchmaschinen gibt es?

Seite 13

1. Das ist Suchmaschinenoptimierung

Die meisten von uns nutzen Suchmaschinen wie Google & Co. täglich. Die Ergebnisse unserer Suchabfragen entscheiden über unser (Kauf-)Verhalten. Daraus lässt sich leicht ableiten, wie wichtig es ist, die eigene Website so zu optimieren, dass sich diese im Internet entsprechend gut positioniert. Suchmaschinenoptimierung (SEO) bietet hierfür eine Vielzahl an Möglichkeiten – auch zum Selbermachen.

Definition: Zu SEO zählen alle Maßnahmen, Strategien und Taktiken, die dazu führen können, dass eine Website prominenter in den Suchergebnissen der Suchmaschinen positioniert wird.

1.1 Warum Suchmaschinenoptimierung so wichtig ist

Bei der Suchmaschinenoptimierung geht es darum, dass eine Website von Suchmaschinen wie Google, Bing, Blink, Ecosia und Co. besser gefunden und möglichst weit oben in den organischen Suchergebnissen angezeigt wird. Organische Suchergebnisse sind die Ergebnisse, bei denen es sich nicht um Anzeigen-Werbung handelt, die also nicht gekauft sind.

Die Sichtbarkeit in den organischen Rankings ist nachhaltig und von Dauer. Bezahlte Anzeigen hingegen verschwinden aus den Suchergebnissen, sobald das veranschlagte Budget aufgebraucht oder die Kampagne abgelaufen ist. Im Gegensatz zu bezahlten Anzeigen greifen SEO-Maßnahmen meist erst nach einiger Zeit. Dafür sind die Erfolge jedoch von Dauer. Über Nacht von Position 52 143 auf 3 zu kommen, gelingt also kaum. Etwas Geduld an dieser Stelle zahlt sich aus.

In der Regel klicken wir bei der Google-Suche auf Suchergebnisse, die wir auf der ersten Seite angezeigt bekommen. Manchmal arbeiten wir uns noch durch Seite 2, aber – beobachten Sie sich hier ruhig selbst – nur sehr selten geht unsere Suche darüber hinaus.

Wir vertrauen also darauf, dass die Ergebnisse, die wir von den Suchmaschinen auf Seite 1 angezeigt bekommen, am besten zu uns passen. Natürlich wissen wir, dass dies nicht unbedingt den Tatsachen entspricht, aber – sei es aus Zeitmangel oder aus Bequemlichkeit – in der Regel geben wir uns mit den vorgeschlagenen Ergebnissen zufrieden.

Wir klicken also vor allem an, was wir durch einfaches Suchen finden, und das, was wir nicht schnell genug finden, wird nicht geklickt. Eigentlich ist das schade, aber leider Realität.

Jetzt nehmen wir an, Ihr eigener Internetauftritt gefällt Ihnen optisch gut. Wenn Sie nach Ihrem Angebot suchen, finden Sie sich jedoch bei Google weder auf Seite 1 noch auf Seite 2 oder 3. Im schlimmsten Fall tauchen Sie in den Suchergebnissen erst gar nicht auf. Das ist frustrierend und kostet Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit Kunden und Geld.

Vielleicht wundern Sie sich auch über die schlechte Platzierung und können nicht nachvollziehen, warum das so ist. Die Seite sieht modern aus, sie ist vielleicht sogar neu erstellt worden und hat richtig Geld und Zeit gekostet. Eigentlich sollte das passen. Warum also performt die Website so schlecht?

Websites werden mithilfe von SEO besser im Internet gefunden. Sichtbarkeit in den organischen Suchergebnissen ist nachhaltig. Anzeigen verschwinden, sobald das Budget aufgebraucht ist. Suchergebnisse ab Seite 2 werden weniger bis gar nicht angeklickt. Technik, Keywords, Inhalte, Bilder, Verlinkungen, Nutzererfahrungen und Geduld sind Bestandteile einer erfolgreichen SEO-Strategie.

1.2 So funktioniert Suchmaschinenoptimierung

An dieser Stelle kommt die Suchmaschinenoptimierung ins Spiel. SEO bietet Ihnen gleich ein ganzes Potpourri an Möglichkeiten, die Position (das Ranking) Ihrer Website in den Suchmaschinenergebnissen bei Google & Co. zu verbessern.

Gutes SEO beinhaltet Strategien, die es ermöglichen, auf einer möglichst optimalen Position in den Suchmaschinen vertreten zu sein. Zu diesen Maßnahmen gehören unter anderem:

- eine zeitgemäße Technik
- relevante Suchbegriffe (die sogenannten Keywords)
- gute Inhalte (Content)
- Bilder-Optimierung/Bilder-SEO
- interne und externe Verlinkungen
- Backlinks
- Geduld

Suchmaschinen wie Google, Bing & Co. sind ohne Unterbrechung auf der Suche nach Inhalten im Internet unterwegs. Sie nutzen hierzu eine Art technischer Spürhunde, sogenannte **Crawler** (auch Bots oder Spider genannt), die jede gefundene Webseite indexieren (Aufnehmen von Webseiten in das Verzeichnis von Suchmaschinen) und abspeichern.

Bieten Sie einen „Brötchenservice auf Helgoland“ an und ein Nutzer sucht nach „Brötchenservice auf Helgoland“, ruft der Crawler alle Ergebnisse dieser Suchanfrage ab und prä-

sentiert diese in den Suchergebnissen. In der Regel erscheint dann die Seite, die am meisten Relevanz für die Suchanfrage hat, an vorderer Stelle in den Suchergebnissen (das sind die sogenannten organischen Suchergebnisse).

Diese Vorgehensweise zu verstehen, ist der erste Schritt, sich bewusst zu machen, wie wichtig es ist, bei der inhaltlichen Gestaltung der Webseite die passenden Begrifflichkeiten (Keywords) zu nutzen.



Crawler durchforsten das Internet und indexieren Inhalte. Webseiten mit Inhalten, die zu einer Suchanfrage passen, stehen in den Suchergebnissen vorne. Die richtigen Keywords zu finden, bildet die Basis für SEO.

1.3 Google und andere Suchmaschinen

Wie Sie wohl richtig vermutet haben, nutzen weltweit die meisten Menschen Google für ihre Suchanfragen. Der Marktanteil von Google ist mit über 90 % erdrückend hoch, und als ernst zu nehmende Mitbewerber gelten nur noch Bing und Yahoo. Trotzdem gibt es eine Vielzahl von Suchmaschinen, die alternativ verwendet werden. Immer mehr Menschen entscheiden sich zum Beispiel aus Gründen des Datenschutzes oder aus ökologischen Gesichtspunkten für eine Google-Alternative. Sogar für Kinder gibt es eigene Suchmaschinen.

Erfreulicherweise funktioniert SEO auch mit allen anderen Suchmaschinen. Für welche Sie sich auch entscheiden, die wichtigsten Kriterien sind ähnlich. Immer geht es darum, den Nutzer mit einzigartigem und informativem Inhalt zufriedenzustellen.

Alternative Suchmaschinen neben Google, Bing und Yahoo und deren Besonderheiten:

- DuckDuckGo (Datenschutz)
- Blinde-Kuh (für Kinder)
- Ask (benutzerfreundlich)
- Startpage (Datenschutz)
- Ecosia (CO₂-neutral)
- Search Encrypt (löscht Browserverlauf nach 15 Minuten)
- Disconnect Search (erlaubt anonyme Suchen über eine Suchmaschine nach Wahl)
- MetaGer (gemeinnützige Organisation)

Da alternative Suchmaschinen oftmals nicht auf die Standorte der Nutzer zurückgreifen oder deren Daten speichern, funktioniert die **lokale Suche** etwas anders. Auf Datenschutz bedachte Suchmaschinen schätzen anhand der IP-Adresse nur grob ein, wo sich der Nutzer befindet. Ist Ihr Unternehmen also überwiegend lokal tätig, empfiehlt es sich, die Ortsangabe (also beispielsweise Ihre Stadt oder Ihr Stadtteil) und Ihre Anschrift auch im inhaltlichen Teil Ihrer Website zu verwenden.