



# Websites & Design

by PageFormance



## Onpage optimierung

### Die Inhaltliche Suchmaschinenoptimierung jeder Website!

TEIL II



Wir beschäftigen uns in diesem **Workshop** damit, die ausgesuchten **Keywords** von **TEIL I** richtig im Inhalt Ihrer **Webseiten** zu platzieren. Sollten Sie **Teil I** noch nicht durchgearbeitet haben, sollten Sie dies jetzt tun, **bevor** Sie mit **Teil II** anfangen.

#### Themenbereiche:

- **Die Meta Tags** (*Keywords und Kurzbeschreibung*)
- **Die Titel Tags** (Ein sehr wichtiges Kriterium)
- **Überschriften H1** (Wird auch gut bewertet)
- **Der eigentliche Textinhalt** (*wohl das Wichtigste Kriterium*)
- **Die Keyword Dichte** (*sehr wichtig für die gute Platzierung*)
- **Markierungen im Text** (auch von Bedeutung)
- **Verwendung von Keywords in der Verzeichnisstruktur und Dateinamen**
- **Die interne Verlinkung** (*wichtig für Surfer und für Suchmaschinen*)
- **Bilder und Animationen** (*werden von Suchmaschinen nicht interpretiert*)

#### Die Meta Tags

Für eine erfolgreiche **Suchmaschinenoptimierung** waren früher die **Meta Tags** das einzig wahre. Doch durch die etlichen Versuche die Suchmaschinen durch übertriebene **Metatags** in die Irre zu führen, haben diese an Bedeutung verloren. Dies war natürlich problemlos möglich, da diese Tags nur im **Quellcode aufzufinden** sind und nicht im Text. Also sind sie für den Internetsurfer nicht ersichtlich.

Jede Seite kann "**muss nicht**" mindestens zwei Metatags am Anfang der Seite enthalten:

- |                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Das "Keyword" Tag</b>     | Beinhaltet alle Keywords die Sie für diese Seite angeben möchten.                                       |
| <b>Das "description" Tag</b> | Beinhaltet den Text, der in den Suchmaschinen "teilweise" angezeigt wird, wenn die Seite gefunden wird. |

Da jede Suchmaschine ihren eigenen Regeln folgt ist es aber nach wie vor von Bedeutung, diese Metatags anzugeben und zu optimieren. Speziell das "**description**" **Tag** ist wichtig, da sie damit dem Internetsurfer angeben, was auf Ihrer Seite zu finden ist. Es sollte also ein **interessanter Satz mit Aussagekraft** sein.

**z.B. PageFormance bietet Ihnen die Möglichkeit online Ihre Keywords zu recherchieren. Oder Optimieren Sie Ihre Internetseiten selbst und sparen Sie Geld.**

Die **länge** des Satzes sollte **250 Zeichen nicht überschreiten**.

Auch das Keyword Tag sollte nicht länger sein. Aber vor allem achten Sie darauf, dass Sie **keine Wörter** verwenden, die **nicht** auch im **Text vorkommen**. Auch sollten sie die Wörter **nicht zwei mal** im Tag verwenden. Sonst könnte dies unter Umständen als **Spam** von den Suchmaschinen gedeutet werden. Im Normalfall werden diese aber einfach übersprungen und nicht gedeutet.

#### Beispiel für Metatags:

```
<meta name="keywords" content="Suchmaschinenoptimierung, meta tag, Keyworddichte, Website, ">
<meta name="description" content="PageFormance Workshop für Suchmaschinenoptimierung.
Wie platziere ich meine Keywords in meinen Webseiten erfolgsversprechend.">
```

Es gibt noch einige weitere Metatags, die hier an dieser Stelle aber nicht erwähnt werden, da sie für die inhaltliche Suchmaschinenoptimierung nicht von Bedeutung sind.

## Das Titel Tag

Das **Titel Tag** ist eines der wichtigsten Tags. Es wird von den **meisten Suchmaschinen** stellvertretend für das "description" Meta Tag verwendet. Das bedeutet, dass die Suchmaschinen welche keine Meta Tags indizieren dafür das Titel Tag nehmen. Hier gelten also die **gleichen Regeln** wie oben beim description Tag erwähnt. Beschränken Sie sich aber hier auf ca. 65 - 80 Zeichen um das Wesentliche auszudrücken. Alles was länger ist wird je nach Suchmaschine abgeschnitten. Die eins, zwei **wichtigsten Keywords** sollten Sie also auch hier verwenden.

**Beispiel aus Google** von unserem ersten Teil der **Keyword Analyse**. Die Seite wird übrigens für "Keyword recherche" an erster Stelle bei Google Schweiz - Seiten aus der Schweiz angezeigt.



Hier sehen Sie also, dass **Google** das **Titel Tag** und das "**description**" Meta Tag verwendet um Ihre Seite als Suchtreffer anzuzeigen.

**Bei Microsoft search MSN sieht es so aus:**



Der erste Teil ist bei MSN also **gleich** wie bei Google. Jedoch danach kommt noch ein kleiner Ausschnitt vom **ersten Satz** der **Website**. Es sollte also darauf geachtet werden, dass auch der erste Satz zum Rest passt und wenn irgendwie möglich, kann man auch hier wieder eines der wichtigsten Keywords benutzen.

Wir verzichten hier darauf alle Suchmaschinen aufzulisten, das würde alleine hunderte von Seiten ergeben. Die wichtigsten Suchmaschinen die zusammen über 80% abdecken sind. [Google](#), [Yahoo](#) und [MSN](#).

### Zusammenfassung:

Verwenden Sie die Keywords im:

Metatag: "**Keywords**" , "**description**" und im "**Titel**" Tag

Im ersten Satz des Inhalts sollte man das Keyword auch benutzen.

Achten Sie darauf, dass alles trotzdem Aussagekräftig bleibt und für den Surfer gut lesbar und verständlich ist.

## Überschriften die zwische H1 Tags geschrieben werden:

Auch in der Überschrift einer Seite können die Keywords die Sie forcieren möchten genannt werden.

Auf dieser Seite ist es der Satz: "*Onpage optimierung Die Inhaltliche Suchmaschinenoptimierung jeder Website!*"

Der **H1 Tag** wird üblicher weise als im Text **sichtbarer Titel** verwendet. Wenn Sie den H1 Tag verwenden, kann dies für die Suchmaschinen mehr Bedeutung haben als ohne diesen Tag. Sie können den H1 Tag auch für alle Überschriften verwenden.

## Der eigentliche Textinhalt

Ich nehme an, Sie ahnen es schon. Auch im **Inhalt** des **Seitentextes** ist es von grosser Wichtigkeit die ausgesuchten Keywords zu nutzen. Im Text können Sie dann **abwechselnd** die von Ihnen ausgesuchten Suchwörter nutzen. Nur **achten Sie darauf**, dass der Text für den Surfer trotzdem noch leserlich bleibt.

Jede Seite sollten **mindestens 200 Wörter sichtbaren Text** haben. Hier fängt aber der Drahtseilakt schon an. Webseitensurfer bevorzugen Seiten, die mit wenig Text viel aussagen. Suchmaschinen hingegen lieben es wenn

viel Text zum indizieren vorhanden ist. Als logische Schlussfolgerung sollten Seiten also z.B. wie folgt aufgebaut sein:

**Wussten Sie schon, dass Sie selber aktiv an der Suchmaschinenoptimierung Ihrer Internetseiten teilhaben können. mehr dazu.....> [Link zu einer Seite mit ausführlichem Inhalt](#)**

Sie bieten somit dem Kunden die Möglichkeit selber auszuwählen. Wenn sich der Websurfer für ein Thema interessiert klickt er auf den **mehr Button** und kommt auf eine ausführlich beschriebene Seite. Auf dieser Seite wiederum können Sie den Suchmaschinen genügend Futter liefern. Noch **besser** ist es, wenn Sie **anstatt "mehr..."** einen **aussagekräftigen Link** verwenden, der auch mitten im Text stehen kann.  
z.B: [weitere Informationen zum Thema Keywords analyse finden Sie hier.](#)

Wenn Sie viel Text haben, können Sie natürlich auch mehrere Ihrer Suchwörter benutzen und diese je nach Branche kombinieren mit folgenden immer beliebten Wörtern.

**Günstig, Kostenlos, Ferien, Download, Verlosung, Gewinn etc...**

Mit ihrer Keyword Analyse haben Sie wenn Sie es gründlich gemacht haben eine gute Basis.

Wenn Sie noch weiter gehen möchten, können Sie die Liste mit **aktuellen, sehr populären Wörtern** ergänzen. Dazu können Sie z.B. bei **explido** den aktuellen **Suchmaschinen Preisindex SPIXX** anschauen. Er gibt Ihnen Auskunft über das **Preisniveau der Keywords** (*Mittelwerte von: Google, Yahoo und Miva*).

**Doch Achtung!!!!** verwenden Sie auf keinen Fall Wörter, wenn Sie nicht genau zu Ihrem Seiteninhalt passen. Diese Massnahmen könnten von den Suchmaschinen mit Strafpunkten geahndet werden und im schlimmsten Fall werden Sie nicht mehr gelistet.

Wenn Sie vor haben, **CPC Keyword Kampagnen** zu starten, dann können Sie bei explido auch die ca. Preise der Suchwörter ermitteln.

**Was ist der SPIXX?:** Der SPIXX könnte man sagen, ist wie der Börsenkurs für Keywords oder Suchwortkategorien.

Das hört sich ja alles soweit einfach an. Nur die sorgfältig ausgesuchten Suchwörter überall rein buttern! Doch gilt es noch einen sehr **wichtigen Punkt** zu beachten!!!

## Die Keyword Dichte

Im Gegensatz zu Früher, hat die Bedeutung der Keyword Dichte etwas an Brisanz verloren. Es ist zwar nach wie vor noch wichtig die Wörter nicht zu oft zu nutzen, doch ergibt sich das fast von selbst, wenn Sie den Text für Ihre Kunden schreiben und darauf achten, dass er lesbar bleibt.

### Was ist die Keyword-Dichte:

Sie errechnet sich folgender massen. Wenn Ihre Webseite **1000 Wörter** hat, und Sie ein gewisses **Keyword 10 mal** benutzen, so ergibt sich eine **Dichte von 1%**.

### Formel: $100 / \text{Anzahl Wörter} * \text{Anzahl Keyword} = \text{Keyword Dichte}$

Als Fausformel gilt, dass Sie **6% (sehr variable Zahl)** nicht überschreiten sollten.

Sie könnten also bei 1000 Wörtern für jedes 16te Wort Ihr Keyword benutzen.

**Generell gilt:** Denken Sie immer daran, dass der Text natürlich bleibt und für die Besucher gut lesbar ist. Übertreiben Sie es nicht mit den Suchwörtern, so bleiben Sie auf der sicheren Seite.

## Markierungen im Text

Sie können zusätzlich die wichtigen Stichwörter und natürlich Ihre Suchwörter Fett markieren. Das hilft zum einen den Surfern Ihren Text besser überfliegen zu können und kann hier und dort auch noch Pluspunkte bei den Suchmaschinen geben.

## Verwendung von Keywords in der Verzeichnisstruktur und Dateinamen

Auch die aufgerufenen Dateinamen Ihrer Seite können mit einem Keyword bezeichnet werden.

So haben Sie dann wirklich alle Register die man ziehen kann beieinander.

Verwenden Sie aber beim Dateinamen höchstens eines Ihrer Keywörter und achten Sie darauf, dass die

Ordnerstruktur nicht zu weit in die Tiefe geht. Versuchen Sie also höchsten 3 Stufen der Verschachtelung einzuhalten. **www.ihreDomain.ch/stufe1/stufe2/stufe3.htm** Ansonsten kann es passieren, dass die darunter liegenden Dateien nicht mehr indexiert werden.

## Die interne Verlinkung

In Ihrem Text sollten Sie wenn immer möglich auch auf weitere **Seiten Ihrer Website verlinken**. Das ist für den Surfer wichtig, wenn er mehr Informationen über ein Thema haben möchte und auch für die Suchmaschinenoptimierung. Die Suchmaschinen folgen allen Links und kommen so auch in die tiefen Regionen Ihrer Website, ohne das Sie jede Seite in Ihrer Navigation erwähnen müssen.

Ein anderer Trick dies zu erreichen, ist es eine **Linkstruktur am Ende der Webpage** anzubringen, so wie es hier bei dieser Seite gemacht wurde.

## Bilder und Animationen (Flash, Gif etc.)

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Ok, stimmt schon, aber nicht für Suchmaschinen. **Keine Grafik** kann von einer Suchmaschine gelesen werden. Deshalb ist es sinnvoll zu einer zu jeder Grafik eine **Beschreibung** zu machen und darauf zu achten, dass die Aussage der Grafik auch **textlich wiedergegeben** wird.

Zum Glück gibt es auch hier das **alt-Tag**, mit dem man eine **Grafik beschreiben** kann.

Doch auch dieses Tag ersetzt meiner Erfahrung nach nicht einen ausgeschriebenen Text.

**Tipp:** Nutzen Sie den alt-Tag und beschreiben Sie zusätzlich die wichtigsten Elemente Ihrer Grafik im Textinhalt.

**Bsp:** Fahren Sie mit der Maus über diese Grafik und warten Sie eine Sekunde. Der dann angezeigte Text "**alt-Tag**" kann wiederum von Suchmaschinen gelesen werden. Leider unterstützen nicht alle Browser das alt-Tag, also kann es sein, dass bei Ihnen kein Text erscheint.

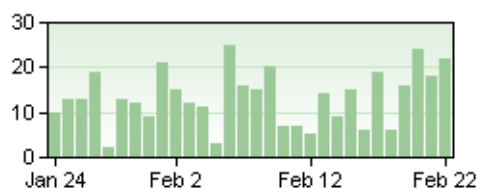


Das war es mal wieder für diesen Workshop. Arbeiten Sie ihn sorgfältig durch und geben Sie uns bescheid wenn sich die ersten Erfolge einstellen. Wir helfen Ihnen gerne weiter.

**PageFormance wünscht Ihnen viel Erfolg und Spass auf ihrer Entdeckungsreise durch die Welt der Suchmaschinen optimierten Texterei!**

Hier können Sie aktiv am Thema teilnehmen

Deutschsprachige Seiten mit dem Inhalt [Suchmaschinenoptimierung](#) während der letzten 30 Tage.



POWERED BY **Technorati**  
[Ihr eigener Chart!](#)

**Sie haben keine Zeit oder Lust dazu?**

Ohne Suchmaschinenoptimierung bleiben Sie leider was die Neuen Besucher auf Ihrer Internetseite anbelangt auf der Strecke. Natürlich gibt es auch andere Möglichkeiten Ihre Kunden über Ihr Angebot zu informieren. Der richtige Mix hat sich bis anhin noch immer am Besten bewährt. Sie können das **Keyword Marketing** auch uns überlassen. Wir sind spezialisiert auf professionelle Suchmaschinenoptimierung und haben dafür auch noch weitere Tools die uns die Arbeit etwas erleichtern.

**Sie können:**

- > Uns beauftragen für Sie eine Onpage optimierung durchzuführen
- > Uns beauftragen für Sie eine komplette Suchmaschinenoptimierung durchzuführen

*Für den Inhalt dieser Seite verantwortlich: PageFormance Torsten Böke 22.02.2007*

PageFormance      Tel: +41 (0)71 750 09 85  
Bahnhofstrasse 24      Fax: +41 (0)86079 207 63 60  
9450 Altstätten SG      e-mail: [tboeke@pageformance.ch](mailto:tboeke@pageformance.ch)

(c) by PageFormance 1/2007