

Webseiten – Optimierung für die Suchmaschinen

Web-Seiten müssen sowohl entsprechend gestaltet als auch bei den Suchmaschinen überhaupt erst angemeldet werden. Die Datenbestände der Suchmaschinen sind inzwischen derart angewachsen, die Zahl der Mitbewerber so groß, dass nur solche Seiten eine Chance haben, die speziell auf die Erfordernisse und Taktiken der Suchmaschinen zugeschnitten wurden.

Unglücklicherweise sieht eine Suchmaschine eine Web-Seite in etwa so, wie ein uralter Browser. Das heißt, weder Grafiken noch Tabellen werden berücksichtigt, moderne Gestaltungselemente wie Layer, Javascript, Applets und so weiter mindern sogar die Chancen, erfolgreich zu sein. Deshalb lassen sich nicht alle Tipps gleichermaßen einsetzen. Hier gilt es abzuwägen, denn hässliche Seiten sind weder für den Webdesigner noch deren Kunden akzeptabel. Verbindliche Regeln gibt es kaum, da alle Suchmaschinen nach einem anderen, ausgeklügelten Prinzip funktionieren. Diese sogenannten Suchalgorithmen werden laufend verändert und erweitert.

Text

Ein Suchwort (Keyword) muss innerhalb des Textes auftauchen, und zwar in einem bestimmten Verhältnis zur Textlänge und so weit oben wie möglich. Genaue Aussagen über diese sogenannte Relevanz lassen sich leider nicht treffen, da jede Suchmaschine anders vorgeht. Einfach gesagt, darf das Suchwort weder zu häufig noch zu selten auftauchen. Übertreiben lohnt also nicht.

Meta Tags

Meta-Tags enthalten Informationen, die nicht auf dem Bildschirm dargestellt werden, die aber von Spidern und Robots und damit von bestimmten Suchmaschinen abgefragt werden können. Zu diesem Zweck gibt es bestimmte HTML Befehle, die sogenannten Meta-Tags.

Seitentitel

Der Seitentitel ist eines der wichtigsten Elemente. Er sollte wichtige Suchbegriffe enthalten und gleichzeitig für den Surfer aussagekräftig sein. Eine Seite lediglich als "Homepage" zu bezeichnen, ist deshalb höchst ungünstig. Mehr als 8 Worte sind im Allgemeinen nicht sinnvoll, dabei gelten auch Trennungen und Worte oder einzelne Zeichen nach Leerzeichen als Wort.

Überschriften

Klassische Überschriften werden mit dem <H1-6> Tag erzeugt. Je größer desto besser. Leider sind solche Überschriften meistens viel zu groß und alles andere als ästhetisch. Wenn das nicht in Ihr Designkonzept passt, steuern Sie mit den font-size Tag dagegen: <h1>Ihr Web</h1> - Alternativ lassen sich auch Style Sheets einsetzen.

Links

Auch weiterführende Links können das Suchwort enthalten, sie werden in jedem Falle von den Spidern untersucht. So manche Suchmaschinen behauptet sogar zu messen, wie viele Links auf eine bestimmte Seite weisen. Je mehr, desto höher das Ranking. Je wichtiger und prominenter eine Site, desto nützlicher für die Surfer, so die dahinterstehende Logik. Natürlich können Sie da ein wenig nachhelfen.

Grafiken

Auch Grafiken werden indiziert, denn in großen Suchmaschinen lässt sich auch nach Bildern stöbern, auch wenn das nur über die Dateibezeichnung funktionieren kann. Zusätzlich sollte jede Grafik ein sogenanntes Alt-Attribut enthalten. Auch hier kann das Suchwort auftauchen

Dateinamen und Verzeichnisse

Ganz speziell die Suchmaschine Fireball hat es auf Dateibezeichnungen und Verzeichnisnamen abgesehen. Wer hier erfolgreich sein will, braucht entsprechende Namen. Es ist daher durchaus sinnvoll, einige Dateien in extra angelegte Unterverzeichnisse auszulagern.

Textauszeichnungen

Ein Text in Fettschrift sollte höher bewertet werden als der selbe Text ohne die Auszeichnung. Machen Sie deshalb gelegentlichen Gebrauch von den Tags oder . Ein Übermaß davon negiert die Sache und macht die Seiten hässlich. Kursivschrift bringt nicht denselben Effekt.

Seitenstruktur

Erleichtern Sie den Spidern die Arbeit. Wenn Sie das nächste Mal eine Web-Site anmelden müssen, versuchen Sie es mit einer extra für die Spider gemachten Inhaltsangabe. Diese enthält außer vielen Hyperlinks rein gar nichts. So kommt der Spider am schnellsten von einer Seite zur nächsten. Mit dem NOINDEX Meta-Tag verhindern Sie, dass diese Seite später in den Indices auftaucht.

Brückenseiten

Verschiedene Seiten für verschiedene Suchmaschinen, die sogenannten Brückenseiten (auch bekannt als Bridge Pages, Trigger Pages, Trichterseiten, Funnel Pages oder Doorway Pages) sind arbeitsintensiv. Probieren Sie's mit der einfacheren Methode und schalten Sie Ihrer Startseite eine spezielle Suchmaschinen-seite voran. Diese Seite enthält keine Tabellen, keine Frames, keine Grafiken, keine Imagemap etc. Nur Text, Kommentare, Links und Meta-Befehle sind erlaubt. Die Seitenüberschrift sollte in H1 erscheinen und dem Seitentitel entsprechen. Alle Meta Keywords müssen innerhalb des Textes wiederholt werden. Suchroboter fallen darauf herein und indizieren die extra für sie erstellte Seite. Wer die Seite abrufen, klickt sich dann über einen gewöhnlichen Hyperlink weiter. Auf einen Meta-Refresh für die automatische Weiterleitung sollte man verzichten, da einige Suchmaschinen diese Technik negativ bewerten.

Ideen, Einfälle, Tipps, Tricks zum Thema Datenbanken. Hier wird gesammelt, was keine eigene Seite rechtfertigt.

Herbert Pötzelsberger kennt sich im SEO Geschäft aus. SEO, das steht für Search Engine Optimization. So einem mangelt es nie an guten Tipps. Die seiner Meinung nach häufigsten Fehler sind:

Eine Seite für alle Keywords optimieren zu wollen.

Meta-Informationen nicht für alle Seiten individuell anzulegen, was zum Beispiel rasch bei der Verwendung von Vorlagen passiert.

Die unnötige Verwendung von Frames.

Überflüssige Eingangseiten und Flash-Spielereien.

Keywords, die nicht mit tatsächlichen Suchanfragen abgeglichen werden, also auf Vermutungen, aber nicht auf Realitäten beruhen.