Besseres Google Ranking durch SEO



Viele Internet User denken, es sei reiner Zufall, an welcher Stelle eine Webseite bei der Google Suche dargestellt wird. Dies stimmt zum Glück nicht. Durch gezielte Massnahmen, welche im Sammelbegriff SEO (Suchmaschinenoptimierung) zusammengefasst sind, kann die Position bei den Google Suchergebnissen verbessert werden. Um SEO erfolgreich anwenden zu können, ist aber umfangreiches Wissen über die verschiedenen Ranking Faktoren der Suchmaschinen und oft eine jahrelange SEO Erfahrung notwendig.

Auch sind Geduld und Standhaftigkeit bei der SEO von Vorteil, da es oft längere Zeit benötigt, um eine Position in der Google Suche wesentlich zu verbessern. Es kann auch passieren, dass die Position einer Website sich im Ranking mit der Zeit verschlechtern kann, wenn diese nicht von Zeit zu Zeit aktualisiert wird.
Dieser Beitrag zeigt nur einen kleinen Einblick in das grosse Feld des SEO und erhebt keine Vollständigkeit.

Inhaltsverzeichnis

- Was ist SEO?
  - Begriffserklärungen im Zusammenhang mit SEO

- Suchmaschinen Algorithmen
- Grundlegende SEO-Massnahmen
    - SSL (Secure Socket Layer)
    - Responsives Webdesign
    - Ladegeschwindigkeit (Page Speed)
    - Qualitativ hochwertige Inhalte
    - Hohe Suchintention
    - Aktualität einer Webseite
- OnPage Optimierung
    - Keywords (Schlüsselwörter)
    - Technisches SEO
- OffPage Optimierung
    - Backlinks
    - Domain Trust
    - Google Search Console
    - Lokale Suche (Google Unternehmensprofil)
- Fazit

Was ist SEO?

Suchmaschinenoptimierung, (engl. *search engine optimization* (SEO), bezeichnet Massnahmen, die dazu dienen, dass Webseiten und deren Inhalte im organischen Suchmaschinenranking (gemeint ist hier nicht der bezahlte Anzeige-Bereich mit Google Ads) auf vorderen Plätzen erscheinen.

Detaillierte Informationen über SEO siehe auch: Beitrag von Wikipedia über Suchmaschinenoptimierung.

Damit SEO erfolgreich umgesetzt werden kann, benötigt es Wissen über die Suchmaschinen Algorithmen sowie Erfahrung in der Suchmaschinenoptimierung.

Begriffserklärungen im Zusammenhang mit SEO

- **Absprungrate** (*Return-to-SERP-Rate oder Bounce Rate*). Sie wird in Prozent angegeben und zeigt auf, wie viele Besucher eine Webseite bereits nach kurzer Zeit wieder verlassen und zu den Suchergebnissen zurückkehren.
- **Backlink** ist eine Verlinkung einer anderen Website auf die eigene Homepage.
- **CTR** (*Click-Through-Rate*). Die Klickrate zeigt auf, wie viele Klicks auf eine Seite im Verhältnis zu den gesamten Impressionen erfolgt sind.
- **Impressionen** (*SERP Impressions*) zeigen an, wie häufig eine entsprechende Seite in den Suchergebnissen (SERP) erscheint.
- **Keyword** (Schlüsselwort), Suchbegriff, mit dem in der Suchmaschine gesucht wird.
- **OnPage Optimierung** – SEO Massnahmen an der eigenen Website.
- **OffPage Optimierung** – SEO Massnahmen ausserhalb der eigenen Website.
- **SEO** (*Search Engine Optimization*), Massnahmen, welche bei der Suchmaschinenoptimierung zum Einsatz kommen.
- **SERP** (*Search Engine Result Page*), Liste der Suchergebnisse welche eine Suchmaschine liefert.
- **Verweildauer** (*Dwell Time*). Zeitdauer, welche ein Internet User auf einer

Webseite verbringt.

Suchmaschinen Algorithmen

Damit die Suchmaschinen dem Sucher ein optimales Suchergebnis liefern können, verwenden Google, Bing und andere Suchmaschinen gewisse Algorithmen oder Ranking Faktoren, um die ihnen bekannten (indexierten) Webseiten zu analysieren. Es gibt weltweit zahlreiche Suchmaschinen, wovon Google mit Abstand den grössten Marktanteil hat, gefolgt von Bing der Firma Microsoft.

Die Algorithmen der Suchmaschinen werden immer wieder angepasst, um den modernen Entwicklungen gerecht zu werden. Diese Algorithmen werden von den Suchmaschinen nicht veröffentlicht. Google hat aber SEO-Tipps in Form eines Leitfadens herausgegeben, welche Webentwicklern als Grundlage dienen können. Darin ist umschrieben, nach welchen Gesichtspunkten Google eine Webseite analysiert und diese dann entsprechend in den Suchergebnissen (SERP) darstellen kann.

Seit einigen Jahren ist Mobile First ein wichtiges Kriterium, da mittlerweile weit über 50% der Internet User mit Mobile Geräten im Internet surfen. Die Suchmaschinen bevorzugen qualitativ hochwertige Inhalte einer Webseite und die Suchintention, das heisst der User findet dies, wonach er sucht, ist auch ein wichtiger Ranking Faktor.

Google versucht die Qualität von Webseiten unter anderem anhand von vier Komponenten zu bewerten, welche als E-E-A-T (E = Experience, E = Expertise, A = Authoritativeness) und T = Trustworthiness) bekannt sind.

- **E** steht für Erfahrung. Die Inhalte basieren auf echten persönlichen Erfahrungen, tatsächlichen Tests von Produkten oder dem Besuch von Orten.
- **E** steht für Expertise bzw. Kompetenz (Wissen und Erfahrung) des Inhalt-Erstellers (Autor) oder der Webseite.
- **A** steht für Autorität bzw. Bekanntheit des Autors, der Webseite oder des jeweiligen Inhalts.
- **T** steht für Vertrauenswürdigkeit bzw. Glaubwürdigkeit des Autors, der Webseite oder des jeweiligen Inhalts.

Wie bereits erwähnt, werden die verschiedenen Suchmaschinen Algorithmen von Google nicht veröffentlicht. Fachleute schätzen, dass über 200 Faktoren zum Einsatz kommen, welche beim Darstellen der Suchergebnisse mehr oder weniger stark gewichtet werden.

Grundlegende SEO-Massnahmen

Bei der Suchmaschinenoptimierung werden zunächst zwei Aufgabenbereiche unterschieden:

- **OnPage Optimierung**
- **OffPage Optimierung**

OnPage SEO beinhaltet alle Massnahmen, welche an der eigenen Website

vorgenommen werden können. Diese Massnahmen kann man auch als technische SEO bezeichnen.
OffPage SEO bezieht sich auf Massnahmen ausserhalb der eigenen Website, z.B. durch Verlinkung von anderen Websites (Backlinks).

Bevor wir ins Detail gehen, möchte ich einige der grundlegenden SEO-Massnahmen erwähnen, welche einen grossen Einfluss auf das Suchmaschinen Ranking haben.

SSL (Secure Socket Layer)

Eine gesicherte Verbindung mit einem SSL-Zertifikat ist seit August 2014 bei Google ein wichtiger Ranking Faktor. Eine verschlüsselte Verbindung erkennt man am Eintrag von «http**s**://» in der Adresszeile des Browsers und am Schloss-Symbol in der Browserzeile.
Unverschlüsselte Internetseiten werden in den verschiedenen Internet Browsern, wie Google Chrome, Edge oder Firefox, durch den Text ‚Nicht sicher' oder ein durchgestrichenes Schlosssymbol angezeigt.

Responsives Webdesign

Wie oben bei den Suchmaschinen Algorithmen beschrieben, bevorzugt Google mobilfreundliche Webdesigns für das Ranking der Suchergebnisse. Mit sog. responsivem Webdesign lässt sich eine Webseite an die jeweilige Bildschirmgrösse von PC, Laptop, Tablet und Smartphone anpassen.
Mit dem Tool von Microsoft Bing kann geprüft werden, ob eine bestehende Webseite für Mobilgeräte optimiert ist.

Ladegeschwindigkeit (Page Speed)

Besonders beim Surfen im Internet mit Mobilgeräten wirken sich lange Ladezeiten von Webseiten negativ aus. Viele User springen ab, bevor eine langsame Seite geladen hat. Aus diesem Grund hat Google im Juli 2019 den Page Speed als einen sehr wichtigen Ranking Faktor eingeführt. Die Ladezeit sollte wenn möglich nicht länger als 1.5 Sekunden betragen.
Google stellt ein Tool zur Verfügung, mit dem die Ladegeschwindigkeit getestet werden kann:
https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/

Qualitativ hochwertige Inhalte

Google ist stets bestrebt, den Internet Usern nur die besten Suchresultate zu liefern. Deshalb werden Homepages mit qualitativ hochwertigen Inhalten von den Suchmaschinen in den Suchresultaten höher gelistet, als Webseiten mit weniger kompetenten Inhalten.
Durch strukturierende Massnahmen bei der Webseiten Entwicklung kann man den Internet Usern sowie den Suchmaschinen helfen, den entsprechenden Webseiteninhalt besser zu verstehen, dies z.B. durch eine klare Seitenstruktur sowie Seitenarchitektur, Verwendung eines Inhaltsverzeichnisses, interne Verlinkungen, usw.
Zudem sollten Grammatik- und Rechtschreibfehler vermieden werden, denn dies ist für Google ebenfalls ein Qualitätsmerkmal, erwähnt im oben erwähnten

Google Leitfaden für SEO: „Vermeide unprofessionelle Texte mit vielen Rechtschreib- und Grammatikfehlern“.

Hohe Suchintention

Ein entscheidender Punkt ist auch, dass der Internet User findet wonach er sucht. Wenn z.B. eine Webseite auf ein bestimmtes Such- oder Schlüsselwort (Keyword) optimiert wurde, aber einen ganz anderen Inhalt widerspiegelt, führt dies zu einer hohen Absprungrate, was wiederum mit der Zeit das Suchmaschinen Ranking negativ beeinflusst.

Die Suchmaschinen stellen die Suchergebnisse (SERP) durch sog. SERP-Snippets (Titel und Meta-Beschreibung einer Webseite) dar, siehe Bild unten. So wird dem Internet User durch eine kurze Beschreibung ein Überblick gewährt, wonach er sucht. Google stellt diese Beschreibung selbst aus dem Inhalt der Webseite zusammen. Falls aber die Webseite eine Meta-Beschreibung mitliefert, wird diese in der Regel von Google berücksichtigt. Jede Internetseite sollte deshalb eine treffende Meta-Beschreibung bereitstellen.



Ein weiterer Punkt in diesem Zusammenhang ist, dass man unterbrochene Links (Broken Links), welche einen sog. 404-Fehler verursachen, vermeiden sollte. Hier ein Beispiel einer 404-Fehlermeldung:
https://www.smart-webdesign.ch/404-fehler/
Wenn Seiten unbenannt werden oder nicht mehr vorhanden sind, sollte man diese durch sog. 301-Weiterleitungen auf eine gewählte Seite umleiten.
Zu viele defekte Links könnten für Google ein Zeichen für eine vernachlässigte Website sein, wodurch die Qualität der Homepage herabgesetzt wird.

Aktualität einer Webseite

Die Aktualität einer Webseite gehört auch zu den Ranking Faktoren. Webseiten, welche schon längere Zeit nicht mehr aktualisiert wurden oder Blog-Beiträge welche einen veralteten Inhalt aufweisen, rutschen in Suchergebnissen immer weiter nach hinten. Es ist daher sehr wichtig, die Homepage immer wieder mal zu aktualisieren und mit aktuellem Inhalt auszustatten.

OnPage Optimierung

Die oben erwähnten grundlegenden SEO-Massnahmen werden auch der OnPage Optimierung zugerechnet.

Bei der Entwicklung von Websites mit WordPress gibt es verschiedene Plugins, welche die OnPage SEO vereinfachen. In diesem Zusammenhang möchte ich folgende beiden SEO-Plugins erwähnen, welche in meinen Projekten zum Einsatz gelangen: Rank Math SEO und Yoast SEO.

Es gibt auch Online SEO Tests, wie z.B. SEO-Analyzer, mit denen man prüfen kann, wie gut eine Webseite für Suchmaschinen optimiert ist.

Keywords (Schlüsselwörter)

Um im Internet nach bestimmten Informationen zu suchen, muss man in den Suchmaschinen (z.B. Google) ein Keyword (= Suchbegriff, Schlüsselwort, Schlagwort) eingeben. Google wählt dann aufgrund des gewählten Keywords und der aktuellen Ranking Faktoren die entsprechenden Webseiten aus und listet diese gemäss der errechneten Reihenfolge auf den Suchergebnisseiten (SERP) auf.
Keywords sind wichtige Elemente für die Suchmaschinenoptimierung und können dabei helfen, den Inhalt auf Webseiten für entsprechende Suchanfragen zu optimieren. So ist auch die Keyword Recherche sehr wichtig, damit die Webseiten auf bestimmte Keywords optimiert werden können. Ein Beispiel für eine Keyword-Optimierung ist die Startseite dieser Webseite, welche auf das Keyword ‚Webdesign' optimiert wurde.

Technisches SEO

Nachfolgend werden stichwortartig verschiedene technische SEO-Massnahmen aufgezählt, welche zu einem besseren Suchmaschinen Ranking beitragen können.

- Einrichtung einer gesicherten Verbindung mit einem SSL-Zertifikat (siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
- Mobilfreundliches Webdesign (Responsives Webdesign – siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
- Seitenladezeiten < 1.5 Sekunden (Page Speed – siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
    - Bildgrössen richtig dimensionieren
- Qualitativ hochwertige Inhalte generieren (siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
    - Die Content-Länge sollte mindestens 500 Wörter betragen
    - Duplicate Content (doppelter Inhalt) vermeiden
    - Grammatik- und Rechtschreibefehler vermeiden
- Hohe Suchintention anstreben (siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
    - Inhalt sollte mit der Suchanfrage übereinstimmen
    - Meta-Beschreibungen für jede Seite einfügen, welche Google als SERP-Snippets für die Suchergebnisse verwenden kann.
- Website aktuell halten (siehe grundlegende SEO-Massnahmen).
- Wahl von geeigneten Keywords und Keyword Optimierung:
    - Keyword im Domainnamen einbauen
    - Keyword im Seitentitel (Title Tag) einbauen
    - Keyword in der Meta-Beschreibung einbauen
    - Keyword in Hauptüberschrift (H1-Tag) einbauen
    - Keyword in den anderen Überschriften (H2, H3, usw.) einbauen
    - Keyword im Text einbauen
    - Auf die optimale Keyword-Dichte einer Seite achten, Richtwert: ca. 2.5%
- Gute Seitenarchitektur anstreben
    - Benutzerfreundliches Layout

    - Richtige Verwendung von Überschriften (H1, H2, H3, H4, usw. H1 darf auf jeder Seite nur 1x vorkommen.
    - Gute interne Verlinkung (siehe unten)
    - Inhaltsverzeichnis bei komplexen Seiten und Blogs verwenden (siehe dieser Blogbeitrag).
    - Breadcrumb (Brotkrümel) Navigation einbauen, siehe oben rechts: *Home > Webdesign > Besseres Google Ranking durch SEO*
- Optimierung von Bildern:
    - Alternativtext (ALT-Attribut) bei jedem Bild einfügen (dies ist für die Barrierefreiheit sehr wichtig).
    - Bildgrössen optimieren
- Verlinkungen optimieren:
    - Interne Verlinkungen auf andere Seiten der eigenen Homepage einfügen.
    - Externe Verlinkungen auf andere Webseiten verwenden.
    - Richtiges Linkverhältnis zwischen internen und externen Links beachten. Es sollten mehr interne als externe Links vorhanden sein.
    - Verwendung von aussagekräftigen Ankertexten (Linktexte)
    - Vermeidung von unterbrochenen Links (Broken Links)
- XML Sitemaps für die Suchmaschinen bereitstellen (siehe unten Google Search Console)

Diese Liste bezüglich technischem SEO erhebt keine Vollständigkeit. In diesem Blogbeitrag werden nur einige, der über 200 von Google verwendeten Algorithmen erklärt. Nicht erwähnt wurde der Einsatz von strukturierten Daten (Schema.org). Dies sind nicht sichtbare Komponenten einer Webseite, welche einer Suchmaschine helfen, den entsprechenden Webseiteninhalt besser zu verstehen.

OffPage Optimierung

Auch wenn man die oben erläuterte OnPage Optimierung perfekt vollzogen hat, heisst dies noch lange nicht, dass man automatisch in den Suchmaschinen in den Top-Positionen gerankt wird. Google bewertet noch andere Faktoren, deren Einflussnahme ausserhalb der eigenen Homepage liegen (offpage). Diese werden vor allem durch die Quantität und vor allem die Qualität der eingehenden Links von anderen Webseiten beeinflusst. Diese eingehenden Links nennt man auch Backlinks. Bei der OffPage Optimierung geht es also hauptsächlich um die Herausbildung einer Linkstruktur mit anderen Webseiten.

Dazu gehört auch die Verbesserung des Bekanntheitsgrades einer Website durch Marketing Massnahmen und Werbung.

Backlinks

Das Vorhandensein von Backlinks (Links von anderen Websites) ist, wie bereits oben erwähnt, eines der wichtigsten Ranking Faktoren. Dabei kommt es nicht so sehr auf die Quantität an, viel wichtiger sind Links von renommierten Seiten, z.B. von Wikipedia, usw. Für Suchmaschinen sind Backlinks ein Qualitätsmerkmal und ein Indikator für die Bekanntheit einer Website. Backlinks sollte man durch einen guten eigenen Internetauftritt gewinnen und

nicht erzwingen (Linkaustausch oder Links kaufen). Vorsicht vor Backlinks von qualitativ schlechten Seiten oder Webseiten, welche von Google abgestraft wurden.

Hier einige stichwortartige Informationen über Backlinks:

- Backlinks sollten natürlich wachsen, jeder sprunghafte Anstieg von erhaltenen Backlinks wirkt sich negativ auf das Ranking aus.
- Lieber Qualität von Backlinks als deren Quantität.
- Links von guten und seriösen Websites gewinnen.
- Vermeiden von Links von Websites, welche von Google abgestraft wurden (Bad Neighbourhood: darunter versteht man die Nähe zu Seiten, die gegen Richtlinien der Suchmaschinen verstossen).
- Vermeiden von Links von Spam-Seiten.
- Das Kaufen von Backlinks ist verboten und wird von Google abgestraft.
- Gemäss Google sollte man auf einen Linkaustausch mit anderen Websites (gegenseitige Verlinkung) verzichten.

Domain Trust

Wie kann man nachprüfen, ob eine Webseite vertrauenswürdig ist? Es gibt im Internet verschiedene Testtools, um die Vertrauenswürdigkeit einer Website zu ermitteln, hier zwei Beispiele:

- https://www.webwiki.de/
- https://www.scamadviser.com/

Google Search Console

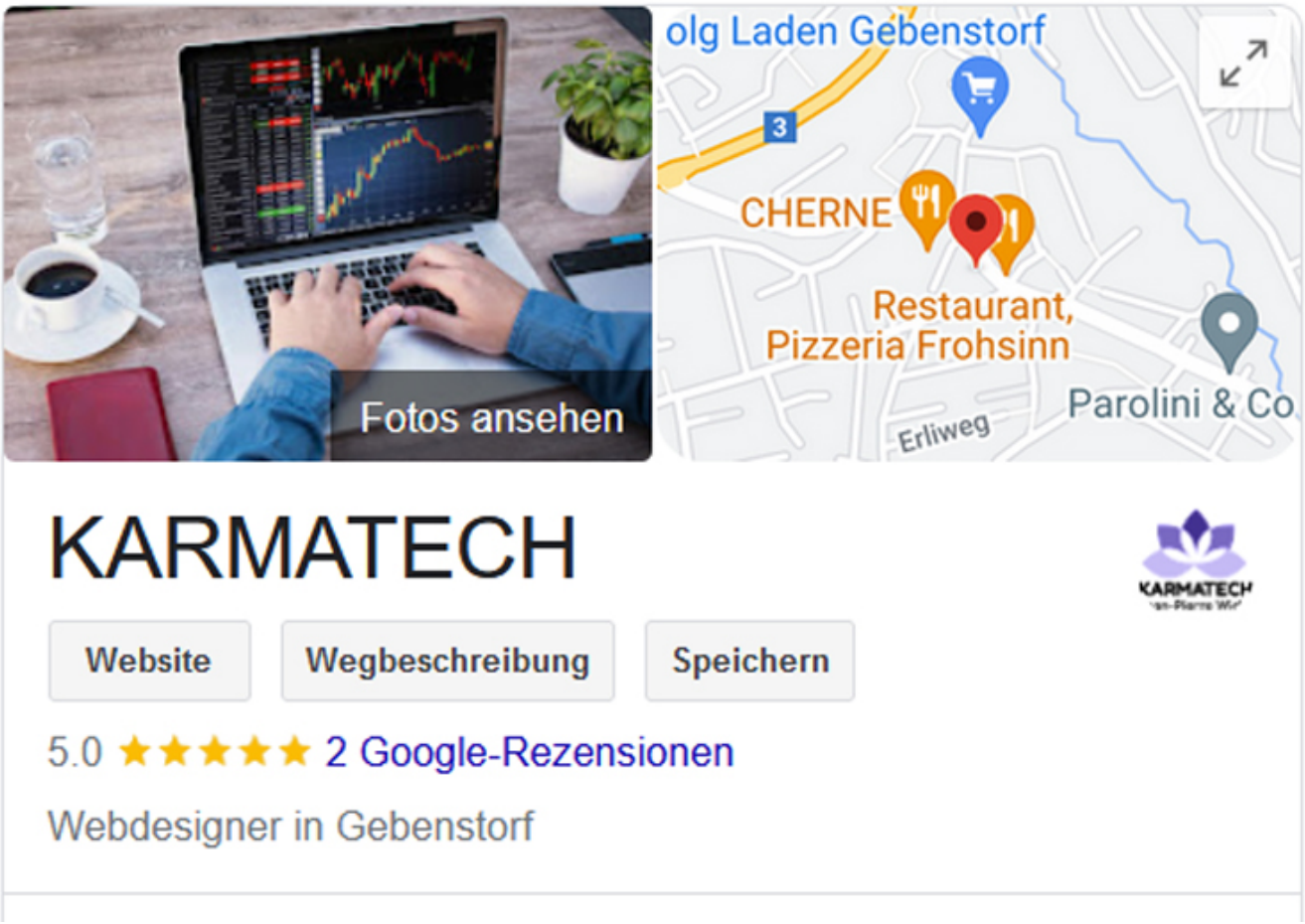
Die Google Search Console ist ein kostenloses Analysetool von Google, das Webseitenbetreiber und Webmaster bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) unterstützt und bei der Webseitenbetreuung wie folgt hilft:

- Antrag zur Indexierung von Webseiten
- Einreichen von XML Sitemaps an Google
- Analysetool für die Webseite (Suchanfragen, Keyword-Analyse, usw.)
- Meldungen von Google erhalten bei Problemen mit der Website
- und vieles mehr

Lokale Suche (Google Unternehmensprofil)

Google bietet einen kostenlosen Eintrag im Unternehmens-Profil (Google My Business) an, welcher bei der lokalen Suche oder auf Google Maps angezeigt wird. Mehr Infos unter:
https://www.google.com/intl/de_ch/business/

Meiner Meinung nach lohnt sich ein Eintrag sehr, denn so kann man die lokale Präsenz erhöhen.
Unten stehend ein Bild des Eintrags von KARMATECH.



Fazit

Im Bereich des SEO gibt es leider nur Spekulationen, welche Ranking Faktoren Google als Suchkriterien anwendet und entsprechend gewichtet, da die Suchmaschinen die verwendeten Suchalgorithmen nicht kommunizieren. Selbst erfahrene SEO Spezialisten haben teilweise kontroverse Meinungen, welcher Ranking Faktor wichtiger ist.
Sicher ist man auf der guten Seite, wenn man die oben erwähnten grundlegenden SEO-Massnahmen und das technische SEO umsetzt. Zudem hat es grosse Vorteile, wenn man den Internet Usern ein gutes Nutzererlebnis (User Experience) bietet, dies meint, dass man qualitativ gute und hilfreiche Inhalte auf der Webseite oder in Blogbeiträgen zur Verfügung stellt.
John Mueller, ein Webmaster Trends Analyst bei Google, wurde einmal gefragt, was der Hauptfaktor sei, damit eine Webseite in den vordersten Positionen der Suchergebnisse aufgeführt wird. Seine Antwort war kurz: „Grossartigkeit“ (Awesomeness).
Auch Geduld und Durchhaltevermögen sind bei SEO gefragt, denn bis eine Seite auf den vorderen Positionen der Suchergebnisse erscheint, geht es oft längere Zeit.

Bei der Entwicklung von Websites und Betreuung von bestehenden Homepages kommen die in diesem Beitrag erläuterten Informationen stets zum Einsatz.



Beitrag von Jean-Pierre Wicht