

von **Dipl. Kfm. Oskar Majzner**

Gastbeitrag zu SEO-OnPage-Maßnahmen – 15 gute Tipps für mehr Sichtbarkeit

Bei der OnPage-Optimierung handelt es sich um eine der wichtigsten Säulen bei der Suchmaschinenoptimierung. Wer mit seiner Webseite im Netz gesehen werden möchte, der muss dafür auch etwas tun. Daher darf die OnPage-Optimierung nicht aus den Augen verloren werden. Im Grunde geht es hierbei um die inhaltlichen Anpassungen, die bei einer Webseite vorgenommen werden. Unterschieden wird dabei zwischen Anpassungen auf technischer, struktureller sowie inhaltlicher Basis. Die OnPage-Optimierung ist darauf ausgelegt, themenrelevante und hochwertige Seiteninhalte zu erstellen, die nicht nur vom Inhalt sondern auch von der Formatierung her optimiert sind. Überschriften, Tabellen, Stichpunkte und Markierungen sind nur einige der Hinweise, die in Anspruch genommen werden sollten.

1. Keywordrecherche

Eine ausführliche Keywordrecherche bildet die Grundlage für die Suchmaschinenoptimierung. Dabei ist es enorm wichtig die richtigen Keywords zu finden, denn nicht jedes der Keywords, welche relativ hohe Suchanfragen aufweisen, führt zu einer optimalen Conversion. Beipieelsweise zieht das Keyword „SEO Agentur“ die User an, die tatsächlich nach einer Agentur suchen und demnach die Wahrscheinlichkeit für eine Conversion in diesem Fall höher ist, als einfach bei dem Suchbegriff „SEO“, wo die User sich in der Regel über Suchmaschinenoptimierung allgemein informieren möchten.

Aus diesem Grund sollten alle in Frage kommenden Keywords unter Einziehung der Wettbewerber mit Hilfe der Tools

- Webmaster-Tools
- Sistrix,
- Seolytics
- Searchmetrics
- Keywordplaner (Google)

eingesammelt, zusammengeführt und analysiert werden. Dabei ist es wichtig zu kategorisieren, welche Keywords mehr dem Traffic und welche Keywords eher der Conversion dienen sollten. Zur genauen Vorgehensweise erfahren Sie mehr in einem separaten Beitrag ([Verlinkung zum Artikel wegen Keywordrecherche](#)).

2. Domain-Auswahl

Die Domain sollte idealerweise den Inhalt der Webseite widerspiegeln. Bei der Domainwahl stellt sich die Frage, ob die URL mehr das Branding repräsentieren sollte oder der SEO-Effekt im Vordergrund steht. Auf jeden Fall darf die nur so lang wie nötig und so kurz wie möglich sowie leicht zu merken sein. Um das Rankings effektiver voranzutreiben sollte idealerweise das Keyword in der URL eingebunden sein. Trotz der Akzeptanz von Google sollte man Domainnamen mit Umlauten in der Regel vermeiden.

Weitere Punkte, die zu beachten sind:

- Keine Sonderzeichen und unnötige Parameter
- Kleinschreibung der Großschreibung vorziehen
- Bindestriche eignen sich optimal als Trennzeichen
- Füllwörter, wie bswp. der, die, das, in, um vermeiden

3. URL-Struktur

Eine klare und eindeutige URL-Struktur trägt zur Optimierung Ihrer Webseite nicht unwesentlich bei. Es vereinfacht den Google Crawler den Inhalt der jeweiligen Unterseite zu identifizieren:

Hier ein paar Beispiele:

<http://www.beispielseite.de/leistungen/>

<http://www.beispielseite.de/ablauf>

<http://www.beispielseite.de/vorteile>

<https://www.beispielseite.de/herrenmode>

4. Duplicate Content

Bei dem Duplicate Content handelt es sich um identische Inhalte, die über mehrere verschiedene URLs aufgerufen werden können. Man unterscheidet zwischen dem internen (Duplicate Content auf der eigenen Webseite) oder dem externen (zwischen zwei unterschiedlichen Domains) Duplicate Content. Da in solchen Fällen für Google nicht sichtbar wird, welche URL in das Ranking einbezogen werden soll, wird die Domain mit dem Duplicate Content in den Rankings abgestuft. Es gibt zahlreiche Tools, wie siteliner.com oder copyscape.com, mit denen man einen Duplicate Content-Check durchführen kann.

Wichtig: Die Canonical Tags sollten nur von erfahrenen Programmierern bzw. SEO-Experten eingebaut werden, da hier Einiges zu beachten ist und bei falscher Anwendung zu negativen Konsequenzen führen kann.

Lösungsansätze:

a.) Externer Duplicate Content:

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Texte bei der Entwicklung Ihrer Webseite oder Ihres Shops „unique“ sind.

b.) Interner Duplicate Content

Gründe für internen Duplicate Content:

Identische Textinhalte können mit und ohne "www" aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de>

<http://beispielseite.de>

Identische Textinhalte können sowohl über "http" als auch über "https" aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de>

<https://www.beispielseite.de>

Identische Textinhalte können sowohl mit als auch ohne "Slash" aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/verzeichnis>

<http://www.beispielseite.de/verzeichnis/>

Identische Textinhalte können mit *index* und *ohne* aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/>

<http://www.beispielseite.de/index.php>

Identische Textinhalte können mit Tracking-Parametern aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/produkte.html>

http://www.beispielseite.de/produkte.html?tracking_id=rrw

Shops: Webseiten können mit Session-IDs aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html>

http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html?session_id=asr

Für User von Affiliate Programmen:

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html>

http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html?affiliate_id=asr

Identische Textinhalte können mit Groß- und Kleinschreibung aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html>

<http://www.beispielseite.de/Herrenschuhe.html>

Identische Textinhalte können über mehrere Ansichten aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html>

http://www.beispielseite.de/herrenschuhe_print.html

Identische Textinhalte können über mehrere Filter aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html?sort=newest>

<http://www.beispielseite.de/herrenschuhe.html?sort=oldest>

Lösung:

Identische Textinhalte können mit und ohne "www" aufgerufen werden:

<http://www.beispielseite.de>

<http://beispielseite.de>

<http://www.beispielseite.de> sollte nur indexiert werden. D.h auf der <http://beispielseite.de> muss der canonical Tag rein:

```
<link rel="canonical" href=" http://www.beispielseite.de " />
```

5. Weiterleitungen

Sie sollten vor der Indexierung Ihrer Webseite festlegen, ob Ihre Webseite mit oder ohne „www.“ angegeben werden sollte. Die Webmaster Tools bieten die Möglichkeit die bevorzugte Domain festzulegen. Entscheidet Ihr euch die Webseite mit „www.“ zu benutzen, dann ist es wichtig eine 301-Weiterleitung von der „non-www.“ auf die „www.“ Seite einzurichten.

6. Textstrukturierung und H-Tags

Der Richtwert für die Textlänge liegt bei ca. 400-500 Wörtern. Es ist auf passenden Inhalt, Rechtschreibung. Grammatik sowie auf die Verwendung von Keywords im Text zu achten. Die Bedeutung der Keyworddichte nimmt immer mehr ab, wichtig ist, dass das Keyword in jedem Abschnitt mehrmals vorkommt und Google dies inhaltlich erkennt. Eine wichtige Funktion übernehmen die H-Tags H1 bis H6, welche die Überschriften nach deren Bedeutung kategorisieren. Dabei dürfen H1- und H2-Überschriften nur 1-mal pro Seite vorkommen.

Jede weiter oben die H1-Überschrift platziert wird, desto besser wird es von Google angenommen. Optimal ist es die H1-Überschrift ganz oben zu setzen. Dann wird die H1-Überschrift in der unteren Übersicht zu H2.

Textstruktur:

<h1> Schuhe in riesengroßer Auswahl</h1> (muss am größten sein)

1. Textabschnitt

<h2> Passende Schuhe in allen Größen</h2> (sollte kleiner als H1 sein)

2. Textabschnitt

<h3> Finden Sie die perfekten Schuhe</h3> (sollte kleiner als H2 sein)

3. Textabschnitt

<h3> Beratung rund um Schuhe</h3>

4. Textabschnitt

7. Keine hidden Texte

Inhalte, die in verdeckten und unsichtbaren Ebenen eingebaut werden oder durch Tricks, wie gleiche Schrift- und Hintergrundfarbe versteckt werden, schaden dem Ranking durch die Suchmaschine. Da diese Texte für den User nicht sichtbar sind, wertet Google die Webseite ab, wenn die versteckten Texte identifiziert werden.

8. Meta-Daten

Der Inhalt der Meta-Daten erscheint in den Ergebnissen von Google nach Eingabe bestimmter Suchbegriffe. Anhand der Meta-Daten lässt sich für den User und für Google der Inhalt der Webseite widerspiegeln. Damit werden die wichtigsten Keywords identifiziert.

In dem Meta-Title und der Meta-Description müssen die wichtigen Keywords enthalten. Ein Meta-Title sollte optimal 56, eine Meta-Description optimal 156 Zeichen beinhalten. Es wird empfohlen das eigene Branding in Meta-Title und -Description einzufügen.

Jede URL sollte einen Meta-Title besitzen, welcher kurz aber aussagekräftig den Content der Seite wiedergibt. Die Meta-Description sollte kurz den Inhalt der Seite zusammenfassen und dabei dem AIDA-Prinzip (Attention, Interest, Desire, Action) folgen.

Meta-Title:

Herrenschuhe online kaufen | beispieleseite.de

Meta-Description:

Herrenschuhe von über 100 Marken in riesengroßer Auswahl zu TOP-Preisen. Jetzt unkompliziert und versandkostenfrei bestellen auf > www.beispieleseite.de!

9. Interne Verlinkung

Interne Verlinkungen helfen dem User auf der Webseite zu navigieren, verteilt den Linkjuice und werten damit Ihre Webseite aus SEO-Sicht auf. Ein guter Link wird häufig von echten Nutzern geklickt. Aus diesem Grund sollten Sie die wichtigsten Unterseiten identifizieren und die Verlinkungen aus dem Text heraus einbauen.

Die Verlinkung

- sollte aus dem Text heraus und nicht aus dem Footer oder der Sidebar erfolgen
- sollte tendenziell am Anfang des Textes eingebaut werden
- sollte hervorgehoben werden (fett, farblich, unterstrichen)
- sollten einen nachvollziehbaren Ankertext aufweisen
- sollte zum Inhalt des Textes passen
- sollte auf einer gut besuchten Seite stehen (tendenziell – Startseite)
- sollte gegen möglichst wenige weitere Verlinkungen konkurrieren

10. Bildbeschriftung

Die Keywords sollten in den Alt-Attributen, dem Dateinamen und dem Bilduntertitel vorkommen.

- Dateiname: Business-Herrenschuhe
- Alt-Text: Herrenschuhe in verschiedenen Ausführungen
- Bildtitel: Passende Herrenschuhe einfach finden

11. Zusammenhänge erschaffen

Programme, die Webseiten auffinden und diese indexieren, werden als Crawler bezeichnet. Bei der OnPage-Optimierung ist es wichtig, die Webseite auf Crawler zuzuschneiden. Neben der genannten Textlänge und einer guten Struktur gehören auch Zusammenhänge zwischen den Unterseiten dazu. Das kann beispielsweise mit Attributen, wie `<rel="next">` passieren.

12. Regelmäßigkeit

Eine Webseite ist nur dann erfolgreich, wenn sie regelmäßig befüllt und aktualisiert wird. Daher gehört es zur Optimierung einer Webseite auch dazu, immer wieder Inhalte zu posten und so für eine aktuelle und gut bediente Webseite zu sorgen, die der Suchmaschine immer wieder neues Futter bietet.

13. Ladezeiten kontrollieren

Besucher der Webseite haben nicht viel Zeit. Daher ist es wichtig, die Ladezeiten der eigenen Webseite zu testen und diese zu optimieren. Eine Optimierung ist beispielsweise durch eine Verkleinerung oder Verringerung der Bilder möglich.

14. Übersichtlichkeit

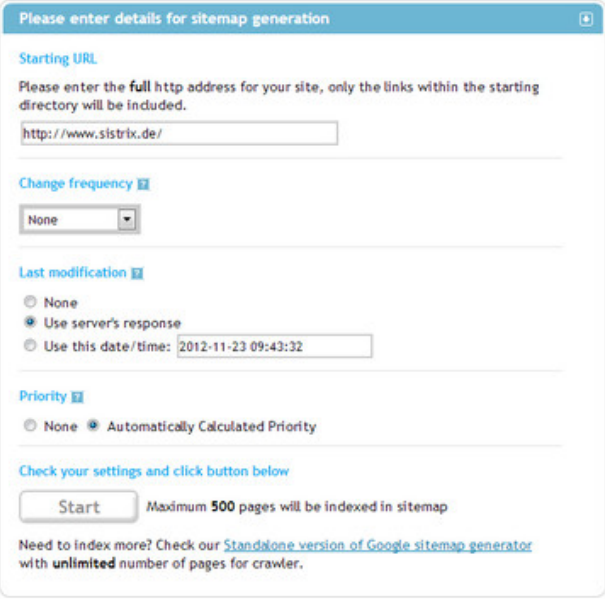
User der Webseite möchten sich schnell zurecht finden und daher ist eine übersichtliche Webseite immer von Vorteil. Die Bounce-Rate zeigt an, wie viele User die Webseite direkt wieder verlassen. Ist sie sehr hoch, dann ist das ein Zeichen für eine geringe Nutzerfreundlichkeit.

15. Sitemaps

Eine gute Strukturierung ist wichtig. Eine gute Webseite sollte mehrere Sitemaps besitzen, die im Google-Webmaster-Tool eingerichtet werden. Dabei sollte eine Sitemap jegliche Übersichtsseiten und die wichtigen Ausgabeseiten strukturiert in Form von Textlinks zusammenfassen. Durch das Anmelden der URL der XML-Sitemap bei Google wird der Suchmaschine zeitnahes Crawl ermöglicht.

Erstellung einer XML-Sitemap

Jeder Webmaster kann für seine Website schnell und einfach eine XML-Sitemap erstellen. Der Online Sitemap-Generator von XML-Sitemaps.com hilft dabei.



The screenshot shows the 'Please enter details for sitemap generation' form on the XML-Sitemaps.com website. The form includes the following fields and options:

- Starting URL:** A text input field containing 'http://www.sistrix.de/'.
- Change frequency:** A dropdown menu set to 'None'.
- Last modification:** Radio buttons for 'None', 'Use server's response' (selected), and 'Use this date/time: 2012-11-23 09:43:32'.
- Priority:** Radio buttons for 'None' and 'Automatically Calculated Priority' (selected).
- Check your settings and click button below:** A 'Start' button.
- Maximum 500 pages will be indexed in sitemap:** A note indicating the limit.
- Need to index more?** A link to the 'Standalone version of Google sitemap generator' with the note 'with unlimited number of pages for crawler'.

Eingabemaske zur Erstellung der eigenen XML-Sitemap auf XML-Sitemaps.com

Verfügt die eigene Website nicht über mehr als 500 Seiten, kann mit Hilfe des kostenlosen online Sitemap-Generator schnell eine XML-Sitemap generiert werden.

16. Social-Media einbauen

Auf einer Webseite sollten auch Social-Media-Kanäle eingebaut werden, damit die User diese nutzen können (falls diese aktiv gepflegt werden).

Autor:

Dipl. Kfm. Oskar Majzner