

## 2. Tipps zum besseren Ranking Ihrer Webseite: So werden Sie gefunden

**Wer online erfolgreich sein will, muss auch online gefunden werden, zum Beispiel bei Google. Der Internutzer schaut sich meistens nur die erste Ergebnisseite einer Suche an – alles was auf den hinteren Plätzen gelistet wird, existiert im Internet praktisch nicht. Im Folgenden wollen wir Ihnen einige der essenziellen Tipps zur Verbesserung eines Webseiten Rankings geben, damit auch Ihre Webseite gefunden wird.**

Anzeigenformate wie Google Adwords sind eine Möglichkeit, via bezahlter Werbeanzeigen als gewerblicher Link schnell bei einer entsprechenden Suche präsent zu sein. Doch die kleinen Annoncen sind kostspielig, und die meisten Nutzer orientieren sich eher an den organischen Suchergebnissen als an der Werbung. Doch wie kann man mit seiner Seite bei der organischen Suche nach oben klettern?

Essentiell ist ein enges Zusammenspiel zwischen einem webaffinen Seitenaufbau (Onsite-SEO), einer adäquaten Vernetzung der Website im Netz (Offsite-SEO) und Auffindbarkeit in den Onlinemedien & Social Networks (Online Relations). Keywords sind dabei die entscheidenden Zutaten im Mix aller Online-Maßnahmen, die sich, sinnvoll eingeflochten, wie ein roter Faden durch die gesamte Kampagne ziehen sollten. Hier ein paar hilfreiche Tipps:

- **Die richtige „Wortwahl“:** Finden Sie die richtigen Keywords für Ihre Seite, denn Keywords sind der Schlüssel zum Erfolg. Dabei handelt es sich um suchmaschinenrelevante Begriffe oder Begriffskombinationen, die für Ihre Internetpräsenz beschreibend sind. Überlegen Sie sich hierzu, wer Ihre Kunden sind und was sie in einer Suchmaschine eingeben würden, um ihr Produkt zu finden. Überlegen Sie auch, unter welchen Themen Ihr Produkt gefunden werden sollte. Dabei lohnt es sich ins Detail zu gehen indem man zum Beispiel sein Produkt/seine Dienstleistung mit den wichtigsten, relevanten Adjektiven beschreibt. Keywords sind die Basis für alle Optimierungsmaßnahmen.
- **Griffiger Webseiten-Name:** Suchen Sie sich eine URL aus, die eines oder mehrere Ihrer Keywords enthält und leicht zu merken ist. Ein solcher Name ist nicht nur einprägsam für Kunden, sondern wird auch von Suchmaschinen besser bewertet.
- **Meta- und Title-Tags optimieren:** Suchmaschinen legen großen Wert auf die Meta-Tags und Title-Tags. Metatags befinden sich im Kopf-Bereich eines HTML-Dokuments und sind letztlich dafür da, einen Überblick über Ihre Webseite zu liefern. Für den Besucher selbst sind sie unsichtbar. Title-Tags erscheinen oben in der Titelleiste jedes Browsers und werden auch als Vorschlag benutzt, wenn Sie eine HTML-Seite den Browser-Favoriten hinzufügen möchten. Bei der Optimierung sind erneut Keywords die Grundlage einer besseren Auffindbarkeit im Netz. Denn auch hier gilt: Um unter den richtigen Suchbegriffen gefunden zu werden, müssen diese prominent auf der eigenen Seite und somit auch in den Tags vertreten sein.
- **Inhalte der Webseite mit Keywords unterfüttern:** Die Texte Ihrer Webseite sollten möglichst die gewählten Keywords beinhalten. Dabei gilt es jedoch nicht, möglichst viele von ihnen aufzuzählen bzw. endlos zu wiederholen. Es geht um eine sinnvolle Einbindung der Schlüsselbegriffe. Das Auge isst quasi mit. Und als Leitsatz für die Gestaltung des Contents kann man sich gut merken: Was gut für das Auge ist, ist auch gut für Google. Die Texte sollten gut verständlich sein.
- **Backlinks, Backlinks und nochmals Backlinks:** Ein Backlink ist ein Verweis von einer anderen Seite auf Ihre Webseite. Mit jedem guten Backlink steigt ihre Bedeutung,

denn Verlinkungen erhöhen die Relevanz für Suchmaschinen. Dabei geht es nicht darum, Links wahllos zu tauschen oder gar einzukaufen, sondern sinnvoll aufzubauen. Hier sind insbesondere SEO-Maßnahmen und Online Relations relevant, die darauf ausgelegt sind, Ihre Seite regelmäßig mit hochwertigen Verlinkungen zu versorgen. Online Relations können beispielsweise Keyword-optimierte Pressemitteilungen mit entsprechenden Verweisen im Internet streuen. So werden die Backlinks in ein adäquates Umfeld mit relevanten Schlüsselbegriffen platziert, was Suchmaschinen entsprechend honorieren. Darüber hinaus lesen möglicherweise auch potentielle Kunden diese Pressemitteilungen und Beiträge.

- **Evaluation ist der Anfang vom Anfang:** Die Platzierung bei Suchmaschinen und die Zugriffe auf Ihre Seite lassen sich gut dokumentieren und sind keine schwarze Magie. Mit hilfreichen Tools wie Google Analytics lassen sich Zugriffe und der Erfolg Ihrer Maßnahme gut bemessen. Verfolgen Sie, wie sich das Ranking Ihrer Seite verändert und überprüfen Sie regelmäßig, ob sie die richtigen Keywords gewählt haben. Wenn Sie die Auswirkungen der Optimierungen kennen, können Sie sinnvoll weiter optimieren.

*Autor: Christof Wisniewski, markengold PR GmbH*

Im Bereich der Webseiten- bzw. Suchmaschinenoptimierung (SEO) arbeiten wir eng mit unserem Partner markengold PR GmbH zusammen; [www.markengold.de](http://www.markengold.de), Geschäftsführerin Christina Eulgem.

#### **Zusatz von KRANNICHundBARNICK zu “Google Adwords vs. organische Google Liste”**

Es ist tatsächlich so, dass die meisten Internetbenutzer die nach Informationen suchen, die organischen Suchergebnisse bevorzugen. Grund dafür ist die vermeintliche Neutralität der Inhalte. Werden jedoch konkret werbliche Seiten aufgrund eines Kaufinteresses gesucht, dann haben Google-Adwords-Anzeigen durchaus Ihre Berechtigung, denn hier kommt man sehr schnell zu dem gefragten Produkt. Die idealste Kombination ist natürlich eine Parallellistung, sowohl in den Adwords, als auch in dem organischen Inhalt. Dadurch werden einer Webseite die höchsten Klickraten garantiert.