

**Marktanteile Suchmaschinen in D**

|                 |       |
|-----------------|-------|
| Google          | 90,2% |
| Yahoo           | 2,9%  |
| T-Online        | 2,0%  |
| MSN Live Search | 1,8%  |
| AOL             | 0,9%  |
| ask.com         | 0,5%  |

**URL-Schema****Ganz schlecht:**

```
/page.php?id=126&a=17&b=23&sessid=1234567  
/?id=126&a=17&b=23&sessid=1234567
```

**Schlecht:**

```
/page.php?id=126  
/?id=126
```

**Gut:**

```
/page_126  
/126.html
```

**Sehr gut:**

```
/keyword.html  
/keyword
```

Wie geht das?  
Mit dem Apache-  
Modul mod\_rewrite!  
[www.modrewrite.de](http://www.modrewrite.de)

**Subdomains und Homepage**

**Schlecht:** www.example.com  
example.com  
www.example.com/index.php  
example.com/index.php

**Gut:** www.example.com

Konsequent nur auf die „gute“ Variante verlinken. Alle anderen URLs per 301er-Weiterleitung auf die gute Version weiterleiten. Auch Ordner konsequent mit dem Slash „/“ am Ende verlinken. In den „Google Webmaster Tools“ die www-Variante als „preferred domain“ einstellen. (siehe unten)

**Grundlegende Vorgehensweisen**

- Finde die geeigneten Keywords für deine Website und für das Ziel, das du damit verfolgst.
- Achte auf ein einheitliches URL-Schema ohne URL-Parameter (Fragezeichen in der URL).
- Optimierte die Startseite (Homepage) für die zwei oder drei wichtigsten Keywords.
- Schaffe für jedes weitere wichtige Keyword eine Kategorie, die auch Teil der Navigation wird.
- Erstelle für jedes sonstige Keyword eine eigene optimierte Unterseite (Landing Page).
- Vermeide, gleiche Inhalte unter verschiedenen URLs zu veröffentlichen.
- Sorge für viele Links, die auf deine Website (auch auf Unterseiten!) zeigen.

**Gute Websites über Suchmaschinenoptimierung**

deutsch: [www.sistrix.com/news/](http://www.sistrix.com/news/) [www.suchmaschinentricks.de](http://www.suchmaschinentricks.de) [www.abakus-internet-marketing.de](http://www.abakus-internet-marketing.de)  
englisch: [www.webmasterworld.com](http://www.webmasterworld.com) [www.searchenginewatch.com](http://www.searchenginewatch.com) [www.seomoz.org](http://www.seomoz.org)

**Onpage-Optimierung: HTML-Musterseite**

```
<html>  
<head>  
<title>Keyword - Kategorie : Website-/Firmenname</title>  
<meta name="description" content="Kurze Seitenbeschreibung mit Keyword" />  
</head>  
<body>  
<div id="content">  
<h1>Überschrift mit Keyword</h1>  
Im Text sollte das Keyword mehrmals auftreten. Gerne darf das  
<strong>Keyword</strong> mal fett geschrieben werden.  
<h2>Alternative Überschrift</h2>  
In einer H2-Überschrift kann eine alternative Formulierung vorkommen, die aber  
ebenfalls gut zum Thema der Seite passen muss. Und das Keyword nicht vergessen.  
</div>  
<div id="navigation">  
<a href="/kategorie1" title="keyword">Keyword für Kategorie 1</a>  
<a href="/kategorie2" title="keyword">Keyword für Kategorie 2</a>  
</div>  
</body>  
</html>
```

### robots.txt

Diese Datei steuert die Zugriffe von Robots auf die Website. Diese Datei ist im obersten Verzeichnis abzulegen:

**http://www.example.com/robots.txt**

```
User-agent: *
Disallow: /forbidden_for_all
Disallow: /not_for_your_eyes.html
```

```
User-agent: Googlebot
Disallow: /hidden_from_google
Sitemap: http://example.com/mysitemap.xml
```

### Vorsicht Falle!

Diese Technologien neigen dazu, für Suchmaschinen schwer verarbeitbare Seiten zu erzeugen:

**JavaScript:** Alle Inhalte, die mit JavaScript erzeugt werden, sind für Suchmaschinen unsichtbar.

**AJAX:** Das „J“ steht für JavaScript – mittels AJAX dynamisch nachgeladene Inhalte sind unsichtbar.

**Frames:** Frameinhaltsseiten werden über Suchmaschinen gefunden, ohne dass das zugehörige Frameset angezeigt wird.

**Sessions:** Sessions, die nicht nur über Cookies, sondern auch alternativ per Session-ID in der URL erzeugt werden, führen meist zur Nichtaufnahme dieser Seiten.

**Grafiken:** Überschriften, die als Grafik gesetzt sind, sind für Suchmaschinen unsichtbar. ALT- und TITLE-Attribut sind weitaus weniger „mächtig“ als H1-Überschriften!

**Duplicate Content:** Inhalte, die weitgehend identisch und unter verschiedenen URLs zugänglich sind, führen zu Problemen. Typische Fälle: Archivseiten, Druckversionen, ein Post wird mehreren Kategorien zugeordnet, Zusatzdomains wie *firma.de* und *firma-online.de*.

### Noindex Metatag

Seiten, die nicht in den Index sollen, ausschließen:

```
<meta name="robots" content="noindex" />
```

### 301er-Weiterleitung mit Apache

Die Anweisungen sind in der *.htaccess*-Datei anzugeben. *.htaccess* ergänzt die Apache-Konfiguration, eine Änderung ist nicht bei allen Providern möglich.

Weiterleitung einer einzelnen Seite *alt.htm* auf *neu.htm* innerhalb der bestehenden Domain:

```
Redirect 301 /alt.htm http://www.example.com/neu.htm
```

Weiterleitung einer gesamten Website von der alten Domain auf eine neue. *.htaccess* muss auf der alten Domain liegen.

```
Redirect 301 / http://www.newsite.com
```

### Die wichtigsten Tools zur Suchmaschinenoptimierung

#### Yahoo Site Explorer

<http://siteexplorer.search.yahoo.com/de/>

Zeigt die Links an, die auf die angegebene Seite verweisen. Um möglichst alle relevanten Links zu finden, sind diese Einstellungen sinnvoll: „Inlinks anzeigen *Außer von dieser Domain* zu: *Gesamte Seite*“

#### Google Webmaster Tools

<http://www.google.com/webmasters/tools> (Anmeldung mit Google-Account und Verifizierung nötig)

Links > Pages with external links

eingehende Links anzeigen

Tools > Set preferred domain

Wählen Sie aus, ob [www.example.com](http://www.example.com) oder [example.com](http://example.com) benutzt werden soll

#### Wichtige Google-Befehle:

site:example.com

zeigt alle Seiten an, die Google von dieser Site indexiert hat

site:example.com/kategorie

zeigt alle Seiten an, die in der angegebenen Kategorie liegen

site:example.com/\*/irgendwas

\* ist Platzhalter: */kategorie1/irgendwas /kategorie2/irgendwas* usw.

link:example.com

Vorsicht! Zeigt nur einen kleinen Teil der Links an. Besser: *Webmaster-Tools*

### Tipps zum Linkaufbau

- Die Links sollten aus möglichst vielen verschiedenen Quellen (Domain, IP) stammen.
- Nutze verschiedene Linktexte: Nicht immer nur `<a href="">Keyword</a>`, sondern auch `<a href="">www.example.com</a>` oder `<a href="">http://www.example.com</a>`.
- Sorge für Links, die auf Unterseiten verweisen. (Deep Links)
- Wie finde ich Websites, die mich eventuell verlinken?
  - Suche in Google nach deinen wichtigsten Keywords und versuche von den Toptreffern Links zu bekommen.
  - Nutze den *Yahoo Site Explorer*, um die Links zu finden, die auf deine gutplatzierten Konkurrenten zeigen.
- Das ist aber mühsam, geht's nicht einfacher?  
Erstelle richtig guten Content und nutze das *Social Web*, um diesen Content bekannt zu machen.