

onpage SEO

Die wichtigsten Faktoren für die Optimierung auf der eigenen Website

Voraussetzung: Logische URL-Struktur

Die URL-Struktur sollte möglichst in Form eines Baumes aufgebaut sein:

Homepage

- Kategorien
- Sub-Kategorien
- Detailseiten (Produkte/Angebote)

Lassen Sie keine Sackgassen entstehen! Auf jeder Seite muss für den Besucher deutlich sein, wie es weiter geht (siehe auch Punkt 6: Interne Verlinkung).

1. URL

Die URL einer jeden Seite sollte sprechend sein und das jeweilige Hauptthema/Keyword enthalten.

<https://domain.de/kategorie>

2. Meta title & Description

Meta title & Description bilden die wichtigsten Elemente des Suchergebnisses in Google.

Title: Ca. 60 - 70 Zeichen

Description: Ca. 140 - 160 Zeichen

Der Meta title ist ein Rankingfaktor und muss das Hauptthema/Keyword der Seite auf jeden Fall enthalten. Ziel der Description ist es, die richtige Zielgruppe anzusprechen. Sie ist kein direkter Rankingfaktor, beeinflusst aber die Klickrate und Besuchersignale auf der Website. Je deutlicher hier schon wird, was der Besucher auf der Website erwarten kann und welchen Mehrwert er bekommt, desto besser werden die Besuchersignale (Verweildauer, Absprungrate) sein.

3. Überschriften

Überschriften erleichtern es dem Besucher, sich schnell zurechtzufinden. Google nutzt diese ebenfalls, um die Struktur und Gewichtung des Inhalts besser zu verstehen.

- Eine h1 pro Seite (die wichtigste Überschrift)

- Alle weiteren Zwischenüberschriften werden mit abnehmender Relevanz als h2 - hn, meist aber nicht weiter als bis h4, gekennzeichnet

4. Inhalt

Der Inhalt der Seite soll das Hauptthema möglich vollständig abdecken. Gibt es ergänzende Informationen, die zu diesem Thema häufig gesucht/gefragt werden? Dann sollten sie einen eigenen Textabschnitt mit Überschrift bekommen.

Achten Sie darauf, dass Hauptthema/Keyword auf jeden Fall im ersten Absatz zu verwenden und im Rest des Inhalts dort (und nur dort), wo es sinnvoll für den Leser ist. Eine optimale Keyword-Dichte gibt es nicht, allerdings sollte es in längeren Inhalten einige Male vorkommen, so dass der Leser auf jeden Fall versteht, worum es geht. Synonyme, Pluralformen etc. sind natürlich möglich und sollten auch verwendet werden, wenn es sinnvoll ist.

5. Bilder

Suchmaschinen können Bilder noch immer nicht gut verstehen. Dazu wird der alt-tag (Alternativtext) und der title-tag (Bildtitel) genutzt. Der title-tag sollte nicht länger als max. 3-4 Worte sein, der Alternativtext kann etwas länger sein. Beide sollten das Bild korrekt beschreiben und möglichst zum Hauptthema passen.

6. Interne Verlinkung

Interne Links zu anderen Seiten Ihrer Website erleichtern dem Besucher und Google die Navigation. Erwarten Sie nicht, dass jeder Besucher das Menü verwendet. Relevante, weiterführende Links sollten unbedingt im Text verwendet werden. Der Linktext sollte dabei ebenfalls sprechend sein und deutlich machen, was auf der verlinkten Seite zu erwarten ist.

Quick Guide Online-Marketing für Einzelkämpfer und
Kleinunternehmer

Wie Sie Ihre Kunden online finden, begleiten und
begeistern

Schröer, S.

2018, IX, 126 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15938-2