

Kurze Theorie zu SEO (Search Engine Optimization, Suchmaschinenoptimierung)



Das will Google

Die beste Suchmaschine im Internet sein und damit viel Geld verdienen. Das geht nur, wenn der Benutzer der Suchmaschine einfach und schnell das Gesuchte findet. Deshalb will Google nur relevante Suchergebnisse anzeigen.

Auf was achtet Google (&Co.)

Hauptsächlich darauf, dass die eingegebenen Suchbegriffe im Text vorkommen, der Text sich um dieses Thema dreht und dass Links von anderen Websites zu diesem Thema auf diese Seite verweisen. Und natürlich auch noch auf hundert andere Kleinigkeiten.

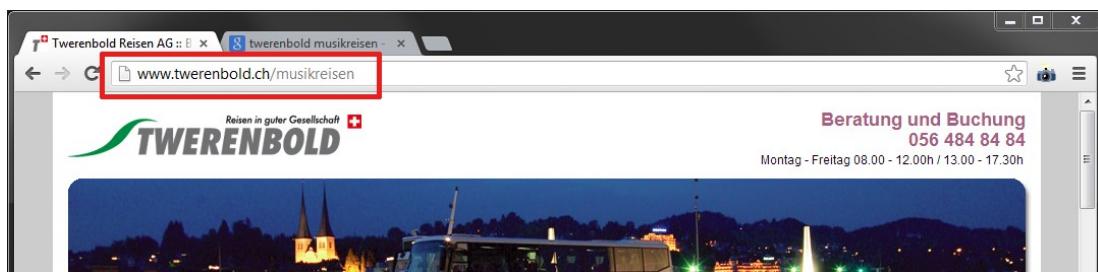
Die wichtigsten Faktoren

Auf den nachfolgenden Seiten listen wir die wichtigsten Faktoren, welche beeinflusst werden können, auf und zeigen Ihnen, wie Sie mit dem CMS concrete5 diese Texte selber ändern können.

1. Name der Seite

Beispiel: Musikreisen -> www.twerenbold.ch/musikreisen

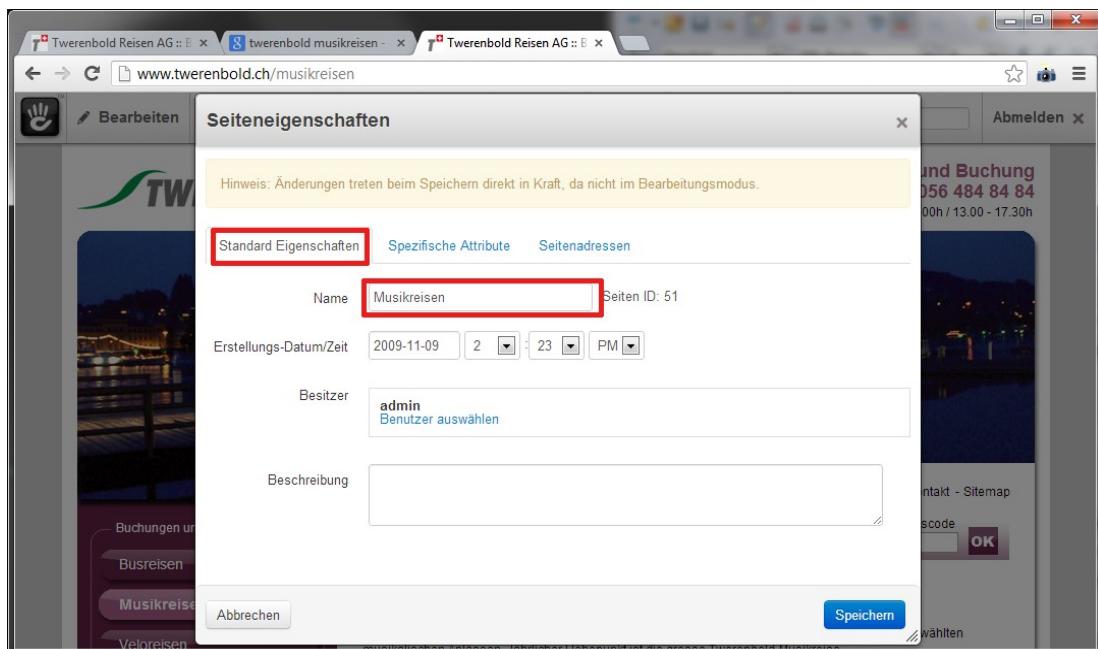
Website



Google Suchresultat (twerenbold musikreisen)



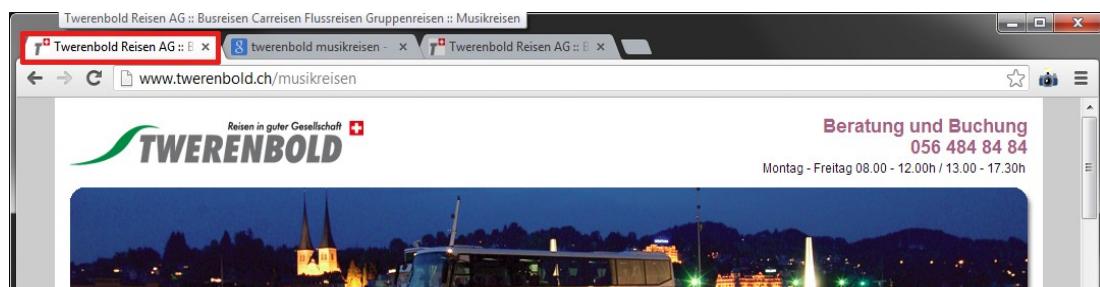
Bearbeitung im CMS concrete5



2. Meta Titel (max. 56 Zeichen)

Der Seitentitel wird oben im Browser-Tab und im Suchresultat angezeigt. Wird kein Meta Titel erfasst, so erstellt concrete5 selber einen Meta Titel aus dem Namen des Unternehmens und dem Seitennamen.

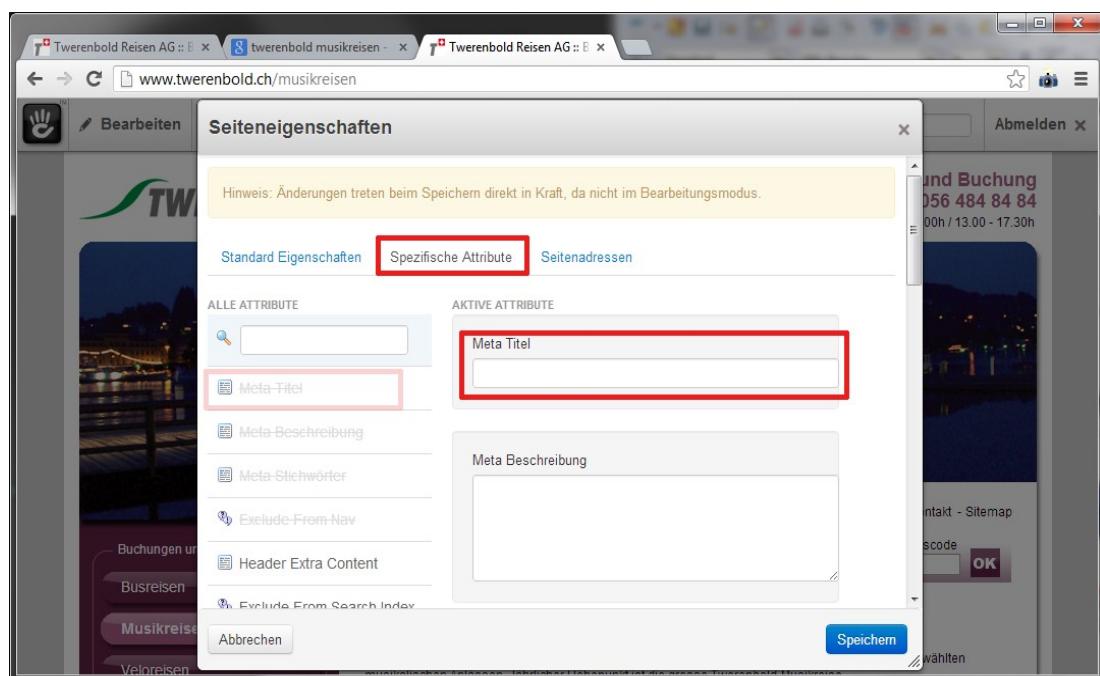
Website



Google Suchresultat



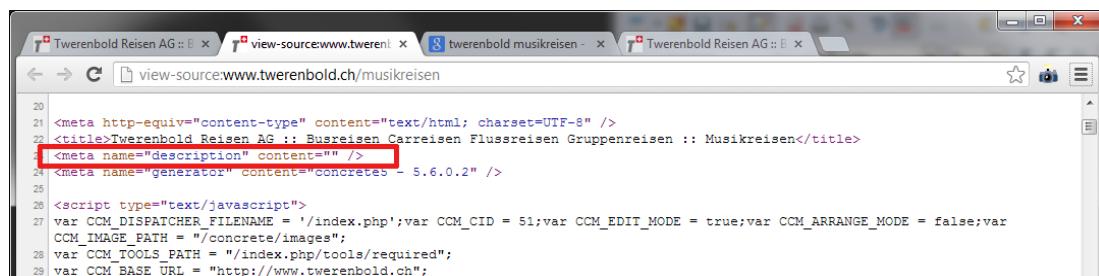
Bearbeitung im CMS concrete5



3. Meta Beschreibung (max. 150 Zeichen)

Die Meta-Beschreibung ist im Quelltext hinterlegt und nicht auf der Website sichtbar. Wurde keine Meta-Beschreibung hinterlegt, stellt Google selber automatisch etwas aus den Inhaltstexten zusammen. Diese automatisch erzeugten Texte sind oft nicht ideal, deshalb sollte nach Möglichkeit bei jeder Seite eine Meta Beschreibung hinterlegt werden.

Website



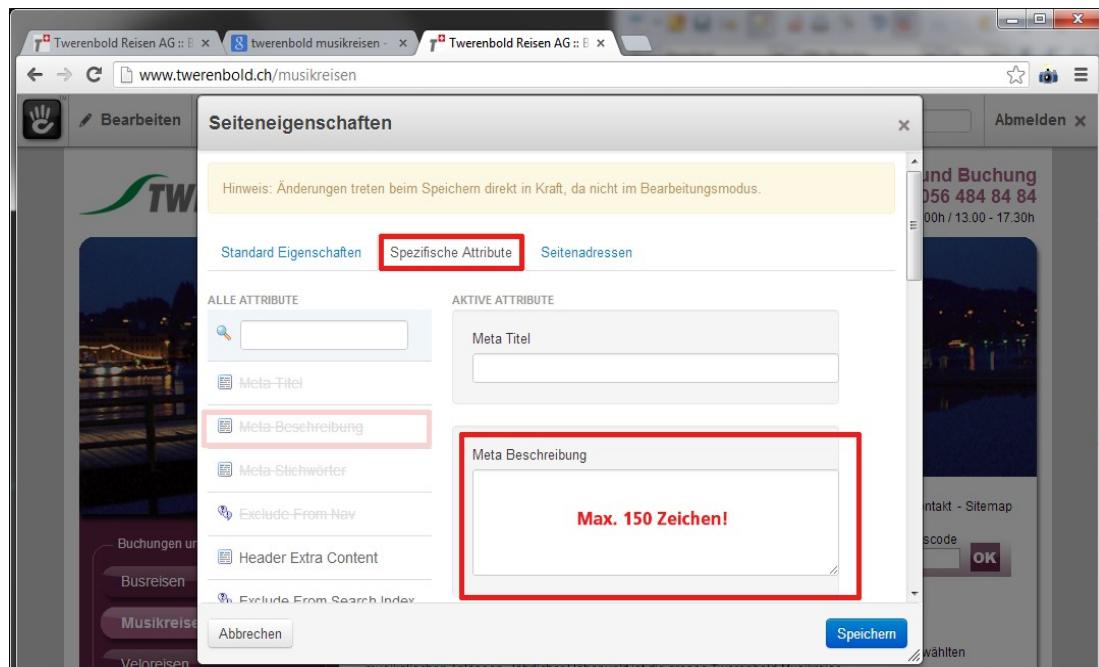
```
20
21 <meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=UTF-8" />
22 <title>Twerenbold Reisen AG :: Busreisen Carreisen Flussreisen Gruppenreisen :: Musikreisen</title>
23 <meta name="description" content="" />
24 <meta name="generator" content="concretes - 5.6.0.2" />
25
26 <script type="text/javascript">
27 var CCM_DISPATCHER_FILENAME = '/index.php';var CCM_CID = 51;var CCM_EDIT_MODE = true;var CCM_ARRANGE_MODE = false;var
CCM_IMAGE_PATH = "/concrete/images";
28 var CCM_TOOLS_PATH = "/index.php/tools|required";
29 var CCM_BASE_URL = "http://www.twerenbold.ch";
```



Google Suchresultat



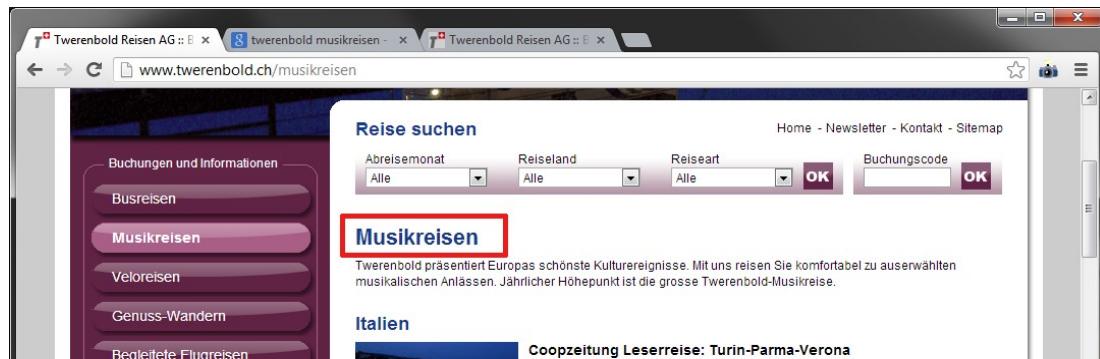
Bearbeitung im CMS concrete5



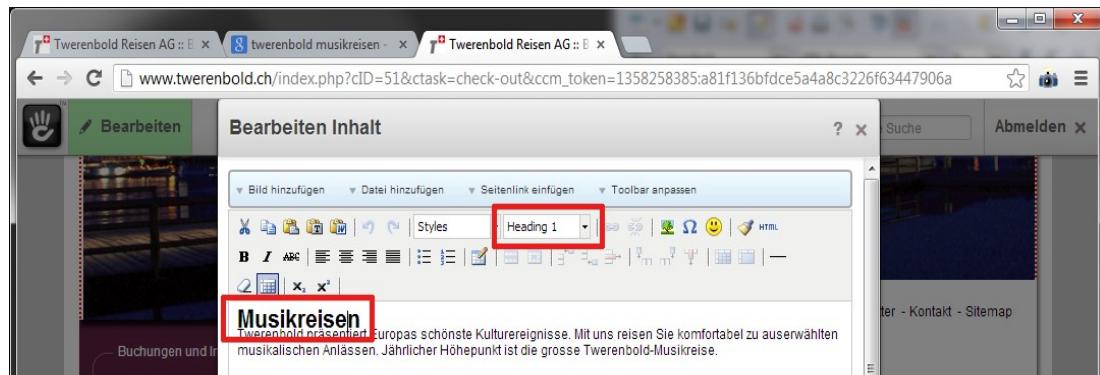
4. H1 Haupttitel im Text

Der H1 sollte nach möglich den Suchbegriff enthalten. Achtung: Der H1-Titel darf nur einmal in der Seite vorkommen. Für Untertitel H2, H3 etc verwenden.

Website



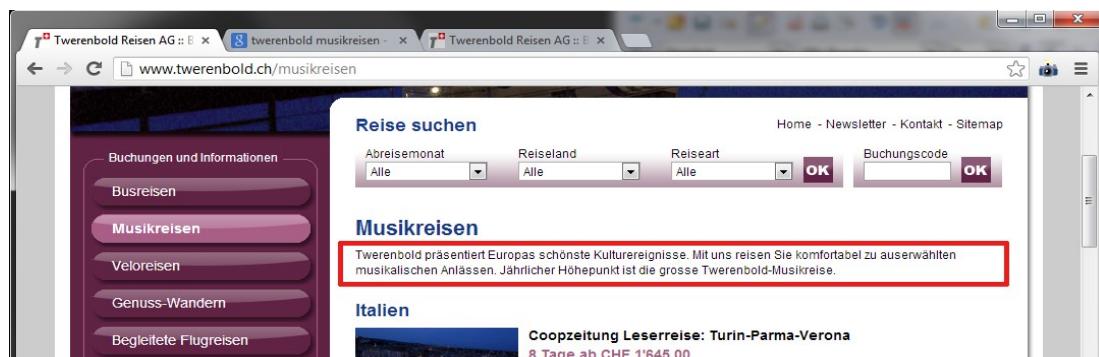
Bearbeitung im CMS concrete5



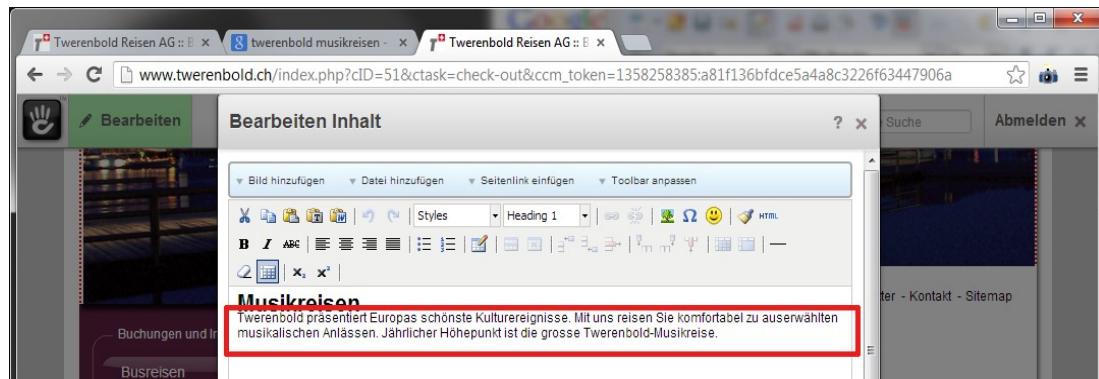
5. Suchbegriffe in Text

Die Suchbegriffe / Keywords möglichst zu Beginn des Textes und in Haupt und Nebentiteln verwenden. Denselben Suchbegriff nicht zu viel verwenden, mit Synonymen arbeiten.

Website



Bearbeitung im CMS concrete5



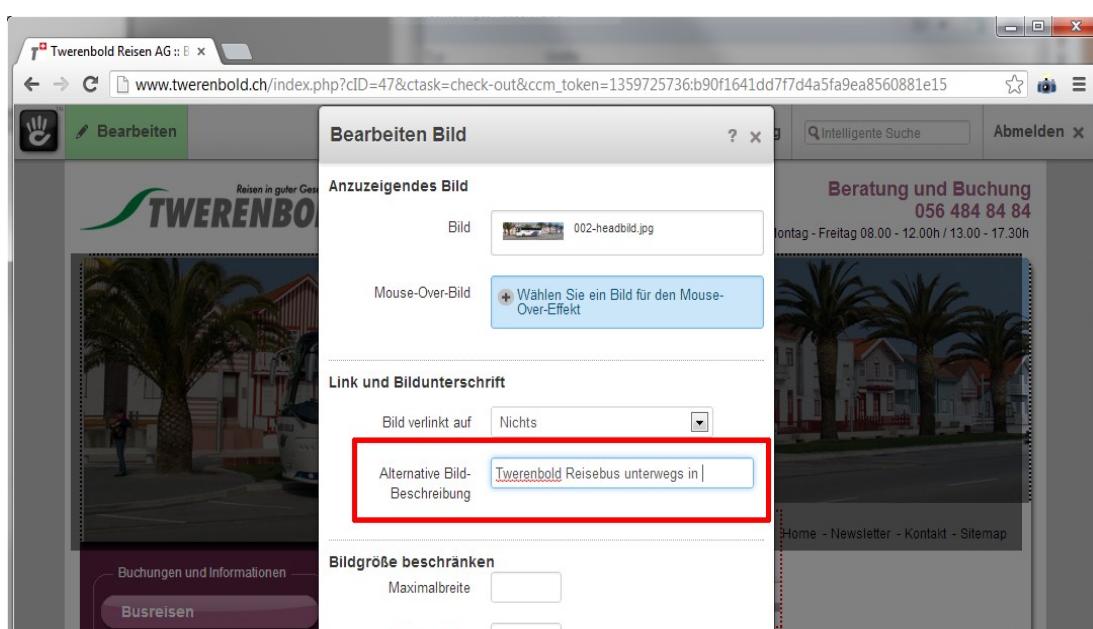
6. Bilder

Bei jedem Bild auf der Website kann ein Text hinterlegt werden. Dieser sollte wie eine Bildlegende abgefasst sein und das Bild erklären und die Suchbegriffe enthalten. Kann das Bild in einem Brower nicht dargestellt werden (Screenreader), so wird dieser Text angezeigt. Google empfiehlt die Verwendung des "alt"-Attributes für die Bildbeschreibung. Wie stark diese Bildinformationen in die Suchergebnisse einfließen, lässt Google offen.

Website mit der nur im Quelltext ersichtlichen Bildbeschreibung



Bearbeitung im CMS concrete5



7. Verlinkung zum Thema/Suchbegriffe von anderen Websites auf die eigene Seite

Achtung: Meiden Sie insbesondere Links zu Webspammern oder «schlechte Nachbarschaft» im Web, da Ihr eigenes Ranking durch solche Links negativ beeinflusst werden kann.
(Quelle: Google)

Über die Google-Webmaster-Tools können unter «Zugriffe» die «Links zu Ihrer Website» abgerufen werden.

<http://www.google.com/webmasters/tools>



The screenshot shows the 'External Links' report in the Google Webmaster Tools. The left sidebar has a red vertical bar highlighting the 'Links zu Ihrer Website' section. The main area displays a table with two columns: 'Wer erstellt die meisten Links?' and 'Ihr am meisten verlinkter Content'. The table data is as follows:

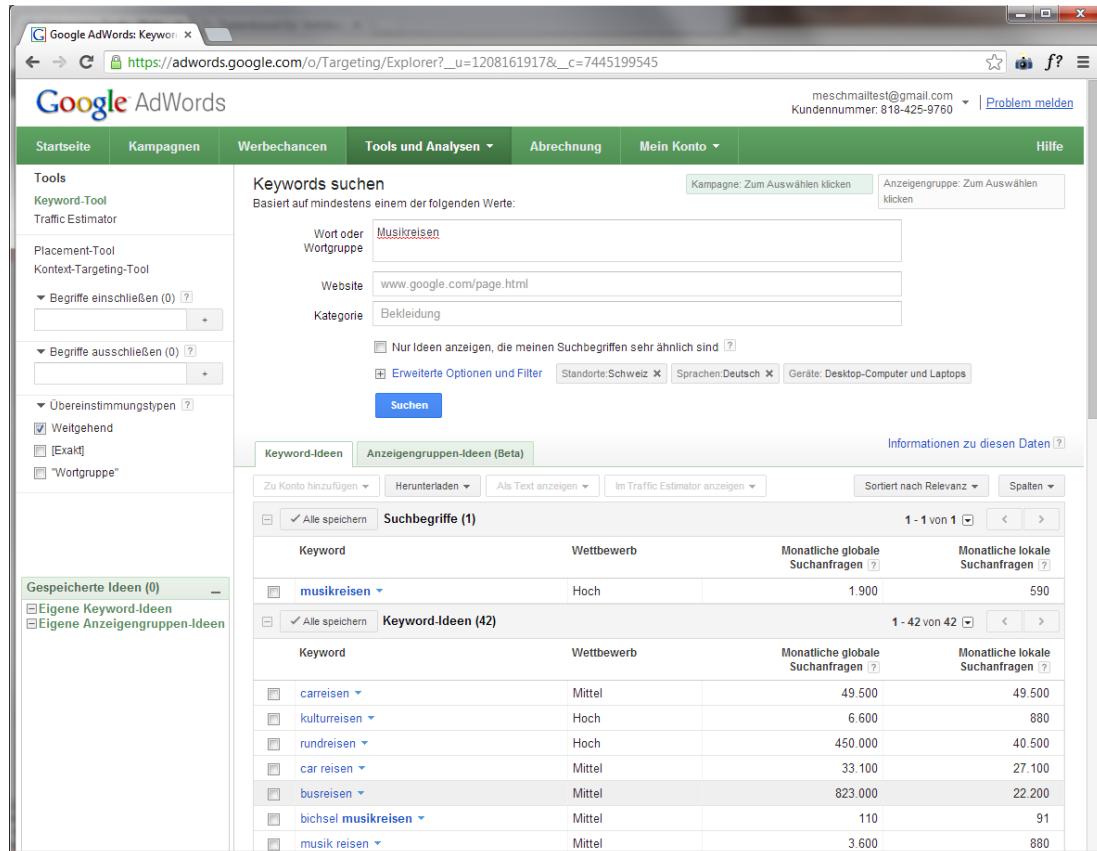
Wer erstellt die meisten Links?	Ihr am meisten verlinkter Content
suche.ch	http://www.imbach.ch/ 12.935
mittelthurgau.ch	/ueber-uns/kontakt/ 264
twerenbold.ch	/erlebnisreisen/ 259
twerenbold-travel-service.ch	/excellence-reiseclub/ 259
local.ch	/ueber-uns/ 258

Below the table, there are sections for 'Hilfe zu:' and 'So sind Ihre Daten verlinkt'.

8. Keyword-Ideen mit dem Google-Keyword-Tool

Mit dem Google-Keyword-Tool können Keywords auf Ihre Relevanz geprüft werden. Zudem liefert das Tool auch weitere Keywords-Ideen.

<https://adwords.google.ch/KeywordTool>



The screenshot shows the Google AdWords Keyword Tool interface. In the search bar, the term "Musikreisen" has been entered. The results table displays 42 keyword ideas, each with its competition level (Wettbewerb), global monthly search volume (Monatliche globale Suchanfragen), and local monthly search volume (Monatliche lokale Suchanfragen). The table includes columns for Keyword, Wettbewerb, Monatliche globale Suchanfragen, and Monatliche lokale Suchanfragen. The data from the screenshot is summarized below:

Keyword	Wettbewerb	Monatliche globale Suchanfragen	Monatliche lokale Suchanfragen
musikreisen	Hoch	1.900	590
carreisen	Mittel	49.500	49.500
kultureisen	Hoch	6.600	880
rundreisen	Hoch	450.000	40.500
car reisen	Mittel	33.100	27.100
busreisen	Mittel	823.000	22.200
bchsel musikreisen	Mittel	110	91
musik reisen	Mittel	3.600	880

Weitere Keywords-Suggestion-Tools:

<http://ubersuggest.org/>

9. Grundgerüst für Webtexte

K = Keywords (Suchbegriffe)

T = Title (Google, gemäss Doku Meta-Titel)

S = Name der Inhaltsseite (z.B. www.ihredomain.ch/reisen/musikreisen-und-erlebnisreisen)

D = Description (Google, gemäss Doku Meta-Beschreibung)

H1 = Haupttitel im Text (gemäss Doku)



(Typisches Beispiel welches natürlich noch optimierter getextet werden kann)

K: **Musikreisen**, **Erlebnisreisen**, **Musical**, **Christkindlmarkt**

T: Heggli AG - Musikreisen und Erlebnisreisen Kriens / Luzern (*Max 56 Zeichen*)

S: Musikreisen und Erlebnisreisen (musikreisen-und-erlebnisreisen)

D: Reisen Sie mit Heggli AG bequem mit dem Bus zu den Schauplätzen der klassischen Musik und berühmter Musicals, Shows und Events. (*Max 150 Zeichen*)

Seitentext:

H1: Musikreisen & Erlebnisreisen - Höhepunkte fast ohne Ende!

Das eigene Programm «Musikreisen und Erlebnisreisen» hat schon viele begeisterte Anhänger gewonnen. Ein bequemer Heggli Bus bringt die Musikliebhaber und Erlebnishungrigen zu den Schauplätzen der klassischen Musik und berühmter Musicals, Shows und Events. Romantische Christkindlmärkte in interessanten Metropolen runden das gefragte Angebot ab. Wer es lieber sportlich mag, findet ab und zu auch mal eine interessante Fussballreise in unserem Programm.

Profitieren Sie als Musik- und Erlebnisreisen-Kunde von unseren gratis Parkplätzen bei unserem Hauptsitz an der Sternmatt 4 in Kriens. 2 Minuten vom Autobahnanschluss A2 Kriens/Horw entfernt. Die S-Bahn Station Kriens Mattenhof und die Bushaltestelle Kriens Sternmatt sind unmittelbar neben dem Einstiegeort Kriens Heggli AG gelegen.

Weitere Einstiegeorte für unsere Musik- und Erlebnisreisen: Stans, Stansstad, Kriens Gemeindehausplatz, Kriens Heggli AG, Luzern Inseli, Emmenbrücke, weitere je nach Route auf Anfrage.

So würde dies dann bei Google aussehen:

Heggli AG - Musikreisen und Erlebnisreisen Kriens / Luzern

www.heggli.com/de/musikreisen-und-erlebnisreisen/

Reisen Sie mit Heggli AG bequem mit dem Bus zu den Schauplätzen der klassischen Musik und berühmter Musicals, Shows und Events.

Wir empfehlen die Meta Title und Meta Description gleich wie oben abgebildet als Google Suchresultat zu texten.

10. Melden der geänderten Seiteninhalte bei Google

Wurde die Seite einmal bei Google angemeldet oder indexiert, so wird sie regelmässig von den Google-Programmen besucht und Veränderungen werden automatisch neu indexiert. Will man diesem Prozess vorgreifen und die Änderungen möglichst bald bei Google anzeigen, so lohnt es sich die Website bei Google AddURL zu melden.



<https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url>

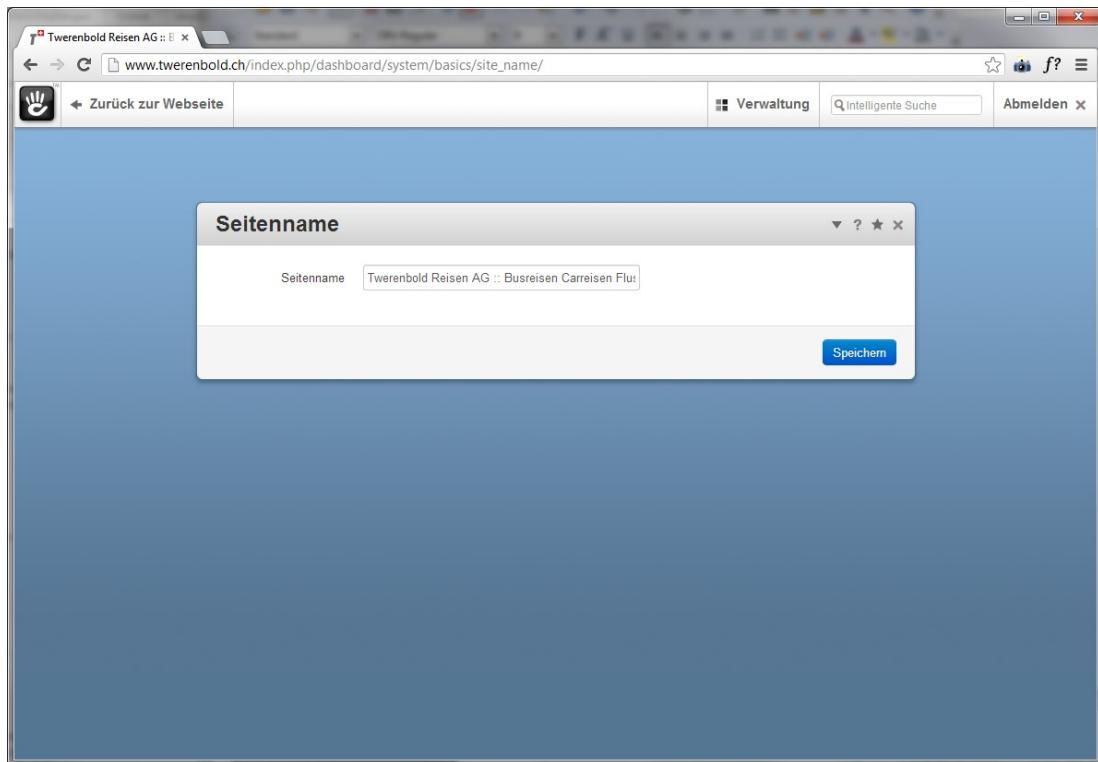
The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer window with the address bar containing "https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url". The main content area is titled "Webmaster-Tools". It contains a text input field labeled "URL:" followed by a CAPTCHA challenge. The CAPTCHA image displays the text "neasyee" above the number "877", with a text input field below it labeled "Geben Sie die 2 Wörter ein:". Below the CAPTCHA is a "reCAPTCHA" logo with the text "stop spam, read books.". At the bottom of the form is a button labeled "Antrag übermitteln". The browser's toolbar at the top includes links for Google search, Images, Maps, Play, YouTube, News, Gmail, Drive, Calendar, and More.

Bemerkung zu concrete5 Seitenname

Unter *Verwaltung > System & Einstellungen > Seitenname* wird der Meta Title für die ganze Website definiert. Dieser Meta Titel kommt zum Einsatz, wenn kein spezifischer auf der Inhaltsseite definiert wurde.

Der Meta Titel setzt sich in diesem Fall wie folgt zusammen:

Seitenname :: Name der Inhaltsseite
(z. B. Twerenbold Reisen AG Busreisen Carreisen Flussreisen Gruppenreisen :: Geschichte)



Schlussbemerkungen

Es gibt natürlich noch weitere Faktoren, die oft selber nicht gross beeinflusst werden können. Wie die einzelnen Faktoren bei Google und Co. gewichtet werden wissen nur die Suchmaschinenbetreiber. Die Faktoren verändern sich auch, so spielen heute die META Keywords keine Rolle mehr, wohl auch weil sie zu oft missbraucht wurden.

Bitte vergessen Sie nie, dass die Texte und Informationen für Menschen geschrieben werden und für diese verständlich sein müssen. Ein gut strukturierter und geschriebener Text für Menschen ist meistens auch gut für die Suchmaschinen.