

Website-SEO-Check (WSC)



Anleitung

mit 4 Checklisten

für eine **Erste-Seite-Platzierung**

Wenn Sie eine hohe Platzierung in Suchmaschinen haben wollen, dann müssen Sie das **Richtige in der richtigen Reihenfolge** tun.

Wenn Sie die folgende Checkliste zu 100% abarbeiten, erhalten Sie eine **Erste-Seite-Platzierung** in der Suchmaschine Ihrer Wahl.

Noch eins ist wichtig zu wissen. Suchmaschinen setzen auf „**natürliches Wachstum**“, speziell der eingehenden Links. Niemand nimmt Ihnen ab, wenn Sie über Nacht plötzlich mit 500 eingehenden Links daherkommen. Das kann sogar dazu führen, dass Google die Website sperrt und sie aus den Ergebnissen verschwindet.

Es sind 4 Schritte nötig, die **der Reihe nach** abgearbeitet werden müssen

- 1. Die besten Suchbegriffe ermitteln**
- 2. Optimieren der Webseiten**
- 3. Ihre Website anmelden**
- 4. Die Verlinkung Ihrer Website optimieren**



1. Die besten Suchbegriffe ermitteln

a. Es ist sehr wichtig, in die Ermittlung von Suchbegriffen etwas Zeit zu investieren.

Die ersten Begriffe, die Ihnen einfallen, sind möglicherweise nicht die besten Begriffe, die zu den meisten Verkäufen führen.

Vor dem Bildschirm sitzen Menschen die Suchbegriffe in eine Suchmaschine eingeben um bestimmte Seiten zu finden. Eine Website zu optimieren für Suchbegriffe, die niemand verwendet, ist Zeitverschwendung

Die Suchbegriffe, im Internet auch als **Keywords** bezeichnet, müssen relevant für die zu optimierende Website sein. Das heißt, die Keywords müssen in einem wichtigen Zusammenhang mit dem Inhalt Ihrer Website stehen. Wenn Sie Fahrräder anbieten, dann macht es keinen Sinn, wenn Ihr Keyword „Gemüse“ lautet.

Sie können sich alle Mühe sparen, wenn Sie die falschen Keywords verwenden.

b. Was sind gute Keywords?

Es gibt drei verschiedene Suchbegriffarten:

Suchbegriffe zum Browsen

Jemand ist an MP3-Playern interessiert und gibt folgenden Suchbegriff ein:

mp3 player

Bei einer solchen Eingabe ist man in der Regel an Informationen interessiert. Die Ergebnisse bei solchen Suchbegriffen sind sehr hoch, hier ca. 155.000.000. Deshalb ist es auch sehr schwer bis unmöglich, dafür eine Erste-Seite-Platzierung zu erhalten.

Suchbegriffe zum Vergleichen

Im nächsten Schritt engt der Surfer seine Auswahl ein, weil er

bereits weiß, welchen Typ er möchte. Die Keywords sind jetzt schon genauer:

mp3 player unter 100 Euro
mp3 player 1 GB
mp3 player usb
samsung mp3 player

Bei diesen Suchbegriffen ist die **Neigung zum Kauf** schon eher vorhanden. Die Ergebnisse solcher Keywords sind meist niedriger als allgemeine Keywords. Sie eignen sich aber hervorragend für eine Suchmaschinenoptimierung weil dadurch mehr Verkäufe erzielt werden. Außerdem ist mit solchen Begriffen eine Erste-Seite-Platzierung wesentlich einfacher.

Suchbegriffe zum Kaufen

Im letzten Schritt weiß der Surfer schon genau was er kaufen möchte. Jetzt wird nur noch nach der Website mit dem besten Angebot gesucht. Die Keywords sind jetzt noch genauer:

Trekstor i.Beat Move 8 GB Video mp3 player
Sandisk Sansa Clip 1 GB

Hier ist Kaufbereitschaft vorhanden. Allerdings haben Sie schlechte Karten wenn Sie Produkte von Wettbewerbern anbieten.

Die Antwort auf die Frage „Was sind gute Keywords“ lautet demnach:

Suchbegriffe zum Vergleichen

Diese Begriffe funktionieren am Besten für eine Suchmaschinenoptimierung und die Kaufneigung ist vorhanden.

Mit dieser Art Keywords erhalten Sie die besten Ergebnisse.

Die meisten Webmaster glauben, dass Sie die besten Keywords schon wissen. In der Regel liegen Sie damit falsch.

Ihre Interessenten wissen nicht so viel wie Sie. Die Fachbegriffe, die Sie verwenden müssen Ihre Interessenten nicht unbedingt kennen. Menschen, die nach „Liposuktion“ suchen geben als Suchbegriff eher „Fettabsaugen“ ein. Ist Ihre Website auf „Liposuktion“ optimiert, wird sie nicht gefunden.

Sie kennen Ihr Geschäft so gut und meinen zu wissen wonach man suchen sollte. Lassen Sie mal Freunde und Bekannte nach Ihrem Angebot suchen.

Versetzen Sie sich in die Lage eines Suchenden. Sie bekommen nicht deshalb viele Kunden nur weil ein Keyword häufig vorkommt.

Die meisten Menschen verwenden Suchbegriffe, die aus zwei bis vier Wörtern bestehen. Es hat sich herausgestellt, dass Surfer die mit Begriffen suchen die aus 4 Wörtern bestehen, häufiger kaufen als die, die weniger verwenden.
(Quelle: Oneupweb Research)

Lange und genaue Keywords nennt man auch **Long-Tail-Keywords**. Die Suche nach „PC Service in Hintertupfing“ wird wahrscheinlich nicht allzu häufig im Monat vorkommen, jedoch suchen solche Menschen nach einer Lösung und sind bereit zu kaufen, wenn sie sie gefunden haben.

c. **Was kann passieren, wenn Sie die falschen Suchbegriffe wählen?**

Sie verlieren Zeit und Geld!

Sie müssen **die** Keywords wählen, die sowohl zur **Erste-Seite-Platzierung** als auch zu Verkäufen führen.

Was Sie getan haben sollten:

CHECKLISTE

Haben Sie Keywords gefunden, die aus 2 bis 4 Wörtern bestehen?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie sich mit Keywords befasst, die Ihnen zielgruppengenaue Besucher bringen?	<input type="checkbox"/> Ja
Ein-Wort-Keywords haben Sie vermieden, weil diese Worte zu allgemein sind. Außerdem ist der Wettbewerb dafür zu hoch um gut platziert zu werden	<input type="checkbox"/> Ja
Ihre Keywords sind auf Ihre Zielgruppe abgestimmt, damit nur die Besucher angezogen werden, die sich für Ihre Produkte interessieren.	<input type="checkbox"/> Ja
Kennen Sie die Keywords der Kunden, die nach ähnlichen Websites suchen wie die Ihre?	<input type="checkbox"/> Ja

Alles abgehakt? Ehrlich? Sonst hat es keinen Zweck weiterzumachen.

Dann geht es weiter zum nächsten Schritt.

2. Optimierung der Webseiten.

a. Warum ist das sooo wichtig?

Ganz einfach. Damit die Suchmaschinen wissen, für welche Suchbegriffe Ihre Website gefunden werden möchte. Tun Sie das nicht, werden Sie entweder gar nicht gelistet oder für die falschen Suchbegriffe.

Das eine ist so schädlich wie das andere. Die Erste-Seite-Platzierung bei Google oder anderen Suchmaschinen ist das Ergebnis optimierter Websites und guter Verlinkung.

Sie müssen darauf achten, dass Ihre Website **keine schweren HTML-Fehler** enthält. Das verhindert eine Indizierung ebenfalls.

Falls Sie sich gefragt haben, warum manchmal von **Website** und dann wieder von **Webseite** die Rede ist. Hier der Unterschied:

Website: der komplette Webauftritt mit allen Seiten
Webseite: Unterseite der Website

Ihre **Website** sollte aus **mindestens sechs verschiedenen Webseiten** bestehen, die sich thematisch ähnlich sind.

Jede **Webseite** sollte für nicht mehr als ein bis zwei Keywords optimiert werden.

b. Was passiert ohne Optimierung?

Suchmaschinen können sie nicht indizieren oder wissen nicht worum es auf der Website geht.

Es wird enorm schwierig, eine Erste-Seite-Platzierung zu erreichen, wenn Sie nur eine Webseite optimieren. Suchmaschinen schauen sich die ganze Website an. Haben Sie viele unterschiedliche Seiten, die aber für thematisch ähnliche Begriffe optimiert sind, dann hat Ihre Website für das Themengebiet eine hohe Relevanz. Und mit einer hohen Relevanz erhalten Sie eine hohe Platzierung.

Durch manche HTML-Fehler können Suchmaschinen daran gehindert werden zu indizieren. Deshalb ist es wichtig, den HTML-Code Ihrer Website auf Richtigkeit zu überprüfen.

Obwohl die meisten Suchmaschinen-Spider mit kleinen HTML-Fehlern umgehen können, kann eine einzige fehlende Klammer der Grund dafür sein, warum eine Seite nicht in einer Suchmaschine aufgenommen wird.

Eine Überprüfung können Sie hier vornehmen:

<http://www.validome.org>

- c. **Was ist der Statuscode** den der Webserver an die Suchmaschine liefert?

Wenn der Suchmaschinenspider eine Website anfordert, liefert dieser einen „**200 OK**“ zurück. Manche Webserver liefern andere Codes oder Fehlermeldungen zurück.

In diesem Fall können Ihre Seiten nicht indiziert werden, obwohl die Seite im Browser ganz normal aussieht.

Weiter Informationen finden Sie hier:

<http://de.wikipedia.org/wiki/HTTP-Statuscode>

13 Dinge die Sie tun können, wenn Ihre Website nicht gelistet ist

1. **Frames vermeiden.** Die meisten Suchmaschinen haben Schwierigkeiten damit und honorieren das mit einer schlechten Platzierung
2. **Flash- und andere Multimedia-Elemente vermeiden.** Für Suchmaschinen ist der Text am wichtigsten. Flash-Seiten können meist nicht indiziert werden. Wenn schon Flash verwendet werden muss, dann sorgen Sie für genügend normalen Text.

3. **Bitte keine Willkommen-Seiten.** Verwenden Sie kein Bild mit einer „Willkommensbotschaft“ als Startseite mit einem Link zur eigentlichen Indexseite für die Website. Manche Suchmaschinen können dem Link nicht folgen. Außerdem sieht der Inhalt bescheiden aus und die Surfer nervt es. Hier ein Negativbeispiel: www.zombo.com .
4. **Wählen Sie einen zuverlässigen Host.** Sonst kann es geschehen, dass die Website nicht erreichbar ist, wenn der Spider gerade versucht, Ihre Site zu indizieren. Antwortet die Site nicht, wird sie nicht indiziert. Ist sie bereits indiziert und sie antwortet nicht, kann es sein dass sie wieder aus dem Index entfernt wird. Ihr Host muss unbedingt immer erreichbar sein.
5. **Wählen Sie einen schnellen Host.** Spider haben es eilig. Suchmaschinen möchten schließlich alle 7 Milliarden Websites weltweit indizieren. Ist der Host zu langsam, kann es sein dass große Suchmaschinen Ihre Site übergehen. Ebenso ist es vorteilhaft, wenn die Größe der Site kleiner als 60K ist. Das freut auch Surfer mit langsamen Internet-Verbindungen.

Sie können das mit folgendem Google-Tool testen:

<http://pagespeed.googlelabs.com/>

6. **Seien Sie äußerst sparsam mit Java-Script-Code und anderen HTML-Befehlen.** Manche Seiten enthalten davon soviel, dass man den eigentlichen Inhalt nicht findet. Die Spider hören dann auf mit der Indizierung bevor sie zum Inhalt vorstoßen. Verwenden Sie externe Java-Script- und CSS-Code.
7. **Versuchen Sie nicht, Suchmaschinen zu überlisten.** Wenn Sie das versuchen z.B. mit Text in der Farbe des Hintergrunds oder Keywords in merkwürdigen html-Befehlen, können Sie eine Listung vergessen.
8. **Bitte keine Weiterleitungen.** Webmaster haben in der Vergangenheit oft versucht, Suchmaschinen mit Weiterleitungen zu täuschen. Das wurde natürlich bemerkt und führte dazu, dass Weiterleitungen nicht mehr in den Index kamen. Suchmaschinen akzeptieren nur die Seite bei

der Anmeldung, die den tatsächlichen Inhalt enthält.

9. **Stellen Sie sicher**, dass Suchmaschinenspider auf Ihre Website zugreifen können. Die drei wichtigsten Dinge, die Suchmaschinen mögen ist Text, Text und noch mal Text. Suchmaschinen sind keine Browser. Mit Flash, DHTML, Cookies, JavaScript, Java oder Passwörter für den Zugang werden Ihre Seiten nicht erfasst.
10. **Ihr Webserver muss den richtigen Statuscode liefern**. Man sieht es der Website im Browser nicht an ob der Webserver einen korrekten Code liefert. 200 OK-Code. Dieser Test gehört zum Service von **WSC**.
11. **Stellen Sie sicher, dass Suchmaschinen Ihren DNS-Namen auflösen können**. Ein häufiger Anfängerfehler ist, kaum ist die Website registriert wird sie auch schon bei Suchmaschinen angemeldet. Und dann wundert man sich, dass die Suchmaschine die Seiten nicht indiziert hat. Der Prozess der Indizierung (Propagation) dauert bis zu 72 Stunden. Also warten Sie solange mit der Anmeldung.
12. **Vermeiden Sie Sonderzeichen in der URL**. Damit haben die meisten Suchmaschinen Schwierigkeiten. Mit folgenden 5 Sonderzeichen stoppen Sie die Suchmaschinenspider: **&, \$, =, %, ?**
13. **Ihre Website muss genügend Inhalt bieten**. Der Sinn einer Website ist es, den Surfern nützliche Informationen zu liefern. Darauf sind Suchmaschinen ausgelegt. Mit nur 2 Seiten, wenn auch optimiert, werden Sie kaum eine **Erste-Seite-Platzierung** hinbekommen. Sie sollten mindesten 6 Seiten mit je mindestens 200 Worten Text liefern. Je mehr Seiten umso besser.

Was Sie getan haben sollten:

Checkliste

Besteht Ihre Website aus mindestens sechs individuellen Webseiten?	<input type="checkbox"/> Ja
Enthält jede dieser Webseiten mindestens 200 Wörter an Text?	<input type="checkbox"/> Ja
Enthalten Ihre Webseiten soviel Text, dass es für Websurfer und Suchmaschinen einfach ist, heraus zu finden, worum es auf Ihrer Website geht?	<input type="checkbox"/> Ja
Sind Ihre Webseiten untereinander verlinkt, so dass Suchmaschinen und Websurfer alle Seiten Ihrer Website durch die Links finden können?	<input type="checkbox"/> Ja
Verwendet Ihre Website-Navigation Links, die Suchmaschinen verarbeiten können? Flash-Links und JavaScript-Links können zu Problemen führen.	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie mindestens sechs Ihrer Webseiten für Ihre Suchbegriffe optimiert? Jede Webseite sollte nicht für mehr als ein oder zwei Suchbegriffe optimiert sein.	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie sichergestellt, dass der HTML-Code Ihrer Webseiten valide ist, so dass Suchmaschinen keine Schwierigkeiten haben, Ihre Seiten zu indizieren?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie soweit wie möglich Frames von Ihrer Website entfernt? Es ist schwierig, hohe Platzierungen in Suchmaschinen zu erhalten, wenn eine Website Frames enthält.	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie darauf geachtet, dass Ihre Website keine Willkommen- oder Intro-Seite verwendet? Viele Suchmaschinen können eine Website nicht indizieren, wenn eine Intro-Seite verwendet wird.	<input type="checkbox"/> Ja
Verwenden Sie so wenige Flash-Elemente wie möglich? Suchmaschinen können diese nicht ordentlich indizieren.	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie darauf geachtet, dass Ihre Website-URLs so wenig Sonderzeichen und Variablen wie möglich enthalten. Suchmaschinen haben Schwierigkeiten mit URLs, die zu viele Variable enthalten.	<input type="checkbox"/> Ja
Sehen Ihre Webseiten für menschliche Websurfer attraktiv aus, obwohl die Seiten für Suchmaschinen optimiert wurden?	<input type="checkbox"/> Ja
Würden Sie Ihre Website einer Konkurrenz-Website vorziehen, wenn Sie ein Websurfer wären, der nichts mit Ihnen zu tun hätte?	<input type="checkbox"/> Ja
Hat Ihre Website Ihren eigenen Domain-Namen und ist die Website auf einem schnellen und zuverlässigen Server gehostet?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie sicher gestellt, dass Ihre Webseiten keinerlei Spam-Elemente enthalten (versteckte Texte, Cloaking oder andere zweifelhafte Tricks)?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie ein "OK" für alle Faktoren im Erste-Seite-Platzierung Bericht?	<input type="checkbox"/> Ja

Wenn Sie die besten Ergebnisse für Ihre Website erhalten möchten, dann sollten Sie wirklich alle Checkboxen angekreuzt haben.

Haben Sie alle mit JA beantworten können?

Ok, dann können Sie jetzt mit dem nächsten Optimierungsschritt fortfahren.

3. Melden Sie Ihre Website an

Wozu dient die Anmeldung bei einer Suchmaschine?

In der Regel ist eine Anmeldung nicht mehr nötig, da die Suchmaschinen Ihre Website schon gelistet haben.

Sie sollten aber wissen, dass nur durch die Anmeldung Ihrer Website bei Suchmaschinen keine hohe Platzierung erfolgt.

Durch die Anmeldung Ihrer Website-URL bei einer Suchmaschine laden Sie den Suchmaschinenspider förmlich ein, Ihre Website zu besuchen und zu bewerten. Wird nichts Nützliches gefunden, erfolgt auch keine Listung. Deshalb ist es immens wichtig, dass **die Optimierung** Ihrer Website **vorher** erfolgt ist.

Um Suchmaschinen zu unterstützen, ist es sinnvoll eine Sitemap anzulegen. In der Sitemap wird die Struktur der Webseite dargestellt.

Wozu dient die Anmeldung bei einem Verzeichnis?

Durch die Anmeldung bei einem Internet-Verzeichnis erhalten Sie Links von verwandten Websites.

In der Regel sind Internet-Verzeichnisse in Kategorien unterteilt. Wenn Sie „grüne Jacken“ verkaufen und Sie melden Ihre Website in einer Kategorie an, in der Jacken vorkommen, dann ist ein Link davon ein themenverwandter Link.

Themenverwandte Links sind, wie Sie im nächsten Kapitel noch sehen werden, **essenziell wichtig für eine Erste-Seite-Platzierung.**

Checkliste

Dinge, die Sie getan haben sollten

Hat Ihre Website einen eigenen Domain-Namen?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie darauf geachtet, dass Ihre Website-URL nicht eine Weiterleitung zu einer anderen URL ist. Viele Suchmaschinen indizieren Weiterleitungen nicht.	<input type="checkbox"/> Ja
Ist Ihre Website bei einem schnellen und zuverlässigen Hoster gehostet? Ist der zu langsam oder nicht erreichbar, können sie nicht indiziert werden.	<input type="checkbox"/> Ja
Ist Ihre Website nicht bei einem kostenlosen Service gehostet. Dahinter verstecken sich oft Spammer und die Suchmaschinen indizieren dort gehostete Seiten nicht.	<input type="checkbox"/> Ja
Haben Sie darauf geachtet, dass Ihre URL keine Sonderzeichen enthält.	<input type="checkbox"/> Ja

Dinge, die Sie wissen sollten

Es genügt, die Indexseite anzumelden weil die Suchmaschinen die anderen Seiten durch Ihre Links finden. Melden Sie deshalb nicht alle Seiten an.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Ihre Website wird nicht in dem Moment in den Index aufgenommen in dem Sie sie angemeldet haben. Es ist nur der Moment, in dem sie angesehen wird.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Ist Ihre Seite nicht optimiert, erhalten Sie keine hohe Platzierung	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Bis Suchmaschinen eine Seite in den Index aufnehmen dauert es eine Zeit lang. Die Seiten müssen erst verarbeitet und bewertet werden. Haben Sie bereits viele eingehenden Links wird Ihre Site schneller indiziert.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Melden Sie Ihre Website nur bei Internet-Verzeichnissen und Spezialinteresse-Seiten an die thematisch zu Ihrer Website passen. Alles andere wird als Spam betrachtet	<input type="checkbox"/> Ist bekannt

4. Die Verlinkung Ihrer Website optimieren

Es gibt zwei Hauptarten von Links

- Links von anderen Websites zu Ihrer Website (eingehende Links)
- Links von Ihrer Website zu anderen Websites (ausgehende Links)

Beide können den Erfolg Ihrer Website beeinflussen.

a. Welchen Einfluss haben eingehende Links

Mit zu den wichtigsten Faktoren für hohe Platzierungen in Suchmaschinen gehören eingehende Links. Ohne gute Links findet keine **Erste-Seite-Platzierung** statt!

Warum? Wenn viele Links von anderen Seiten auf Ihre Seite verweisen, gehen Suchmaschinen davon aus, dass Ihre Seite wichtig sein muss. Je mehr umso höher die Platzierung.

Durch eingehende Links erhalten Sie Besucher von anderen Seiten. Wenn Sie 100 eingehende Links haben und jede Seite schickt Ihnen 3 Besucher pro Tag dann sind das 300 zielgruppengenaue Besucher pro Tag.

Der Linktausch mit anderen Websites führt dazu, dass Sie ein gutes Linkverzeichnis besitzen. Deshalb kommen Besucher gerne zu Ihrer Seite zurück.

Es genügt nicht, möglichst viele eingehende Links zu haben, die Qualität spielt auch eine große Rolle. Manche Links verhelfen Ihnen zu einer höheren Platzierung, andere nicht.

Wenn mehrere Seiten für den gleichen Suchbegriff optimiert wurden, wird die Website höher platziert, die die besten eingehenden Links hat.

b. Welchen Einfluss haben ausgehende Links

Mit ausgehenden Links bauen Sie Vertrauen auf. Sie zeigen

damit, dass Sie nichts zu verstecken haben. Wenn Sie zu qualitativ hochwertigen Sites mit nützlichen Inhalten verlinken dann assoziieren Websurfer Ihre Site mit diesen hochwertigen Sites.

Haben Sie keine ausgehenden Links oder verstecken diese auf Ihrer Website dann schicken Sie Ihre Besucher wieder zurück zur Suchmaschine. Mit Ihren ausgehenden Links schicken Sie Besucher zu anderen Websites, die Ihnen im Gegenzug auch wieder Besucher schicken.

Die Furcht, dass Sie Besucher verlieren durch Links auf andere Seiten, ist unbegründet. Entweder ist Ihre Site interessant oder nicht. Früher oder später geht jeder, ob interessant oder nicht.

Aber aufgepasst, Links zu anderen Sites können auch negative Auswirkung haben. Die Suchmaschinen werden Sie verbannen, wenn Sie zu Spammern verlinken oder zu automatisierten Linksystemen.

Ihre Besucher bekommen ein gutes Bild von Ihnen, wenn Sie ihnen Links zu guten und themenverwandten Seiten anbieten. Sie verlieren damit keine Besucher.

c. **Wie optimiert man eingehende Links**

Erste-Seite-Platzierungen von Suchmaschinen sind das Ergebnis optimierter Webseiten und guter eingehender Links. Es wird also beides benötigt.

Die Anzahl der Links ist nicht entscheidend. Mit 20 qualitativ hochwertigen Links erhalten Sie bessere Ergebnisse als mit 100 schlechten.

Die eingehenden Links müssen auch mit Ihrer Website zu tun haben. Optimal ist es, wenn diese Links darüber hinaus noch Ihre Keywords enthalten. Wenn Sie z.B. optimiert haben auf den Suchbegriff „grüne Jacken kaufen“, dann sollten Sie Links bevorzugen die genau diesen Suchbegriff enthalten.

Wenn die Links zu Ihrer Webseite Ihre Suchbegriffe enthalten,

dann gehen Suchmaschinen davon aus, dass Ihre Webseite für diese Suchbegriffe relevant ist.

Bevorzugen Sie Links von thematisch verwandten Seiten weil diese besser funktionieren als solche, die nichts mit Ihrer Seite zu tun haben. Links von nicht thematisch verwandten Seiten schaden zwar nicht aber Google bevorzugt die ersteren.

Wenn Sie glauben, Besucher der anderen Website könnten auch an Ihrem Angebot interessiert sein, dann kann man diese Website als verwandt bezeichnen.

Es ist ok wenn die Links zu Ihrer Homepage führen. Noch besser ist es, wenn der Link „grüne Jacken kaufen“ direkt zu der Seite führt, die von grünen Jacken handelt. Für diese Seite ist die Relevanz höher und wird durch bessere Platzierung belohnt. Außerdem irren die Besucher nicht umher.

Google und andere Suchmaschinen klassifizieren Websites intern durch den sogenannten PageRank. Seiten mit einem hohen PageRank werden als Authority-Sites bezeichnet. Links von solchen Sites haben einen positiven Einfluss auf die Platzierung Ihrer Website.

Leider hat der im Browser veröffentlichte PageRank oft nichts mit dem wirklichen PageRank zu tun. Die Suchmaschinen halten sich da bedeckt. Sie finden des Öfteren Seiten mit niedrigem PageRank, die höher platziert sind als solche mit höherem PageRank.

d. **Was sind schlechte Links**

Schlechte Links tragen nicht zu einer Verbesserung der Platzierung bei. Im besten Fall schaden sie nicht. Im schlimmsten Fall führen sie zum Ausschluss von den Suchergebnissen.

Zu schlechten Links gehören solche mit einem „NoFollow Attribut“ im Code, z.B.

```
<a href="http://www.meine-seite.com/page.html"
rel="nofollow">Dies ist ein Link.</a>
```

Zu schlechten Links gehören solche von nicht themenverwandten Seiten und von automatischen Linksystemen. Automatische Linksysteme spiegeln kein „natürliches Wachstum“ wider und führen zur Verbannung aus den Suchergebnissen.

Wie bereits erwähnt mögen Suchmaschinen keine Umleitungen. Das gilt auch für Links die zu einer Seite auf Ihrer Website führen, die wiederum zu einer Website umleitet. Sie erhalten vielleicht Besucher dadurch, werden aber nicht besser platziert.

Sie sollten keine Links im JavaScript-Code verwenden. Wenn Links zu Ihrer Website in einer Script-Sprache versteckt sind, werden sie in der Regel vom Suchmaschinenspider ignoriert.

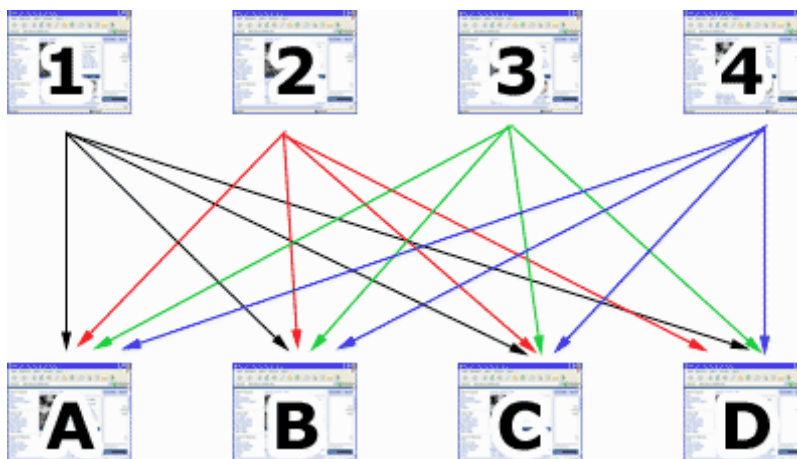
e. **Die Auswirkungen von Ko-Zitierungen auf Ihre Website**

Bei den meisten Suchmaschinen-Optimierern ist dieses Thema unbekannt und wird demzufolge nicht beachtet.

Ko-Zitierung bedeutet, dass andere Websites, zu denen Ihre Linkpartner verlinken, Ihre Suchmaschinenplatzierung beeinflussen können.

Hier ein Beispiel:

Jede der Websites 1, 2, 3 und 4 verlinkt auf die Sites A, B, C und D. Untereinander sind die Sites nicht verlinkt.



Für Suchmaschinen sind die Sites A, B, C und D thematisch trotzdem verwandt, weil die Sites 1, 2, 3 und 4 auf sie verweisen.

Angenommen, Ihre Site ist A. B, C und D sind Glückspiel-Sites. Der Suchmaschinen-spider vermutet eine thematische Verwandtschaft aller Sites einschließlich Ihrer. Sie verkaufen aber „grüne Jacken“.

Sie merken schon, wohin das führt. Das passt nicht und führt zu einer schlechten Platzierung. Sie müssen also darauf achten, dass auch die Sites B-C-D thematisch zu Ihrer Website verwandt sind.

Damit Sie jetzt nicht stundenlang beschäftigt sind um die etwaige thematische Verwandtschaft herauszufinden, machen Sie folgendes:

Gehen Sie zu Google und geben ein:

related:www.meine-seite.de

Achten Sie darauf, dass nach dem Doppelpunkt kein Leerzeichen ist.

f. **Einseitige, gegenseitige und dreiseitige Links**

Einseitige Links linken einfach von einer Website zu einer anderen ohne dass diese zurücklinkt.

Gegenseitige Links führen zu einer anderen Website und diese linkt zu Ihrer Website zurück. Sie schicken also Besucher zu der anderen Website und diese schickt welche zu Ihnen. Das ist besser als wenn Sie Ihre Besucher nach dem Besuch bei Ihnen zur Suchmaschine zurückschicken.

Dreiseitige Links laufen wie folgt: A linkt zu B, B linkt zu C und C linkt wieder zu A.

Welche Link-Art ist die beste? Keiner. Alle sind gleich gut. Für alle gilt die hochwertige und thematische Relevanz. Links von Schrottseiten nützen da nichts, egal welcher Art.

g. **Links von Verzeichnissen und Spezialinteresse-Seiten**

Diese Seiten werden oft übersehen weil sie wenig Besucher bringen, sind aber nicht zu unterschätzen weil sie folgende Vorteile haben:

- Sie erhalten Besucher direkt von Verzeichnissen
- eine Aufnahme in ein Verzeichnis bedeutet einen dauerhaften Link von einer thematisch verwandten Seite
- Suchmaschinen finden Ihren Link durch das Verzeichnis und Ihre Website wird häufiger indiziert.

h. **Was kann ohne eingehende Links passieren**

Ohne gute eingehende Links können Sie unmöglich eine Erste-Seite-Platzierung erreichen. Deshalb ist es unerlässlich für den Erfolg Ihrer Website, dass Sie gute Links haben.

Checkliste

Was Sie getan haben sollten

Enthalten die Links von anderen Webseiten Ihre Suchbegriffe im Linktext?	<input type="checkbox"/> Ja
Haben sie ein „OK“ für alle Faktoren im WSC Erste-Seite-Platzierung Bericht?	<input type="checkbox"/> Ja

Was Sie noch wissen sollten

Für hohe Platzierungen benötigen Sie gut eingehende Links.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Selbst wenn Ihre Seite gut optimiert ist, ist es schwierig eine hohe Platzierung ohne gute, eingehende Links zu erhalten.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Umgekehrt ist es genauso schwierig eine hohe Platzierung zu erhalten, wenn Sie zwar gute eingehende Links haben, aber Ihre Seite nicht gut optimiert ist.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Links von thematisch verwandten Webseiten, die Ihre Suchbegriffe enthalten, erhöhen die Platzierung Ihrer Website.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Links von automatisierten Linksystemen und FFA (free-for-all) Linkseiten nützen nichts, da Suchmaschinen dies erkennen.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Links von Ihrer Website zu Websites mit schlechtem Ruf (Spam, Link-Systeme, etc) können der Platzierung Ihrer Website schaden.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt
Der im Browser angezeigte PageRank muss nicht dem tatsächlichen PageRank entsprechen. Entdecken Sie eine Site mit angezeigter hoher Qualität und sie ist thematisch verwandt, steht einem Linktausch nichts im Wege.	<input type="checkbox"/> Ist bekannt

Ich darf Ihnen gratulieren. Wenn Sie das alles abgearbeitet haben, steht einer Platzierung Ihrer Website auf der ersten Seite einer Suchmaschine nichts mehr im Wege.

Dieses Handbuch ist keine Ausbildung zum Webmaster. Aber das wird man schnell und braucht auch keine Programmierkenntnisse mehr dazu dank der immer besser werdenden CMS Systeme.

WSC wendet sich an

- a) Die im Begriff stehen eine Website zu erstellen und die nicht zu denen in Punkt b) beschriebenen gehören wollen
- b) Diejenigen, die schon Seiten betreiben, die zwar technisch weitgehend ok sind, aber dennoch auf den hinteren Plätzen dümpeln weil die Grundregeln des SEO nicht beachtet wurden.

Weitere, in die Tiefe gehende Informationen finden Sie auf meinem Blog <http://www.website-seo-check.com/>

Sobald **WSC** in Kürze marktreif ist, können Sie dann Ihre Website **kostenlos** überprüfen lassen auf bis zu 200 Kriterien, die mit unterschiedlicher Wichtigkeit Einfluss auf die Platzierung haben.

Bis dahin haben Sie also Zeit, Ihre Website fit zu machen. Ich werde Sie rechtzeitig benachrichtigen, wenn es soweit ist.

Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie diese Anleitung weiter empfehlen mit Hinweis auf mein Blog

<http://www.website-seo-check.com/>

Vielen Dank und weiter frohes Schaffen

wünscht Ihnen

Ihr Arno Ashoff