

Original: <http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

Das Original unterliegt laut Google der „Creative Common Licence“... von daher:
Namensnennung! Nicht kommerziell! Weitergabe unter gleichen Bedingungen!

Beginner-Leitfaden für Suchmaschinen-Optimierung

Willkommen beim Beginner-Leitfaden für Suchmaschinen-Optimierung. Dieses Dokument entstand ursprünglich aus den Bemühungen die Google-eigenen Teams zu unterstützen. Aber wir haben uns gedacht, dass dieser Leitfaden genauso für Webmaster hilfreich sein könnte, die sich erst seit kurzem mit dem Thema Suchmaschinen-Optimierung beschäftigen und die sich wünschen ihre Webseiten-Interaktion mit Suchmaschinen und Besuchern zu verbessern. Obwohl diese Anleitung euch keine Geheimnisse verraten wird, wie ihr eure Webseite ganz vorn in den Suchergebnissen bei Google platzieren könnt (Sorry!), werden nachfolgend die besten Methoden umrissen, wie es für Suchmaschinen leichter ist euren Webseiten-Inhalt zu durchsuchen (crawl) und zu registrieren (index).

Bei der Suchmaschinen-Optimierung geht es meist darum kleine und teilweise Veränderungen an eurer Webseite vorzunehmen. Wenn man diese Änderungen einzeln betrachtet, erscheinen diese wie stufenweise Verbesserungen. Aber wenn man diese Veränderungen mit anderen Optimierungen kombiniert, dann können sie eine beachtliche Auswirkung auf eure Webseiten-Besucher und Platzierung in den organischen Suchergebnissen haben. Möglicherweise sind euch die meisten der Themen aus diesem Leitfaden bereits bekannt, da sie grundsätzliche Bestandteile einer jeden Webseite sind, aber ihr wendet sie vielleicht nicht alle an.

The screenshot shows a Google search for "bundesliga karten". The search bar at the top contains the query and a search button. Below the search bar, there are radio buttons for "Das Web", "Seiten auf Deutsch", and "Seiten aus Deutschland". The search results are displayed in two columns. The left column shows organic search results, including "Fußball Karten bestellen", "Event-Cards & Logistic", "Bundesliga Karten", and "Bundesligakarten". The right column shows paid advertisements, including "1. Bundesliga Fußball", "Order Bundesliga tickets", "Bundesliga Karten", "Bundesliga Tickets", and "Bayern Tickets Online". The text "Bezahlte Suche, AdWords" is overlaid on the advertisement section, and "Organische Suche" is overlaid on the organic results section.

Suchmaschinen-Optimierung beeinflusst nur die organischen Suchergebnisse, nicht die bezahlten bzw. gesponsorten Ergebnisse wie z.Bsp. Google AdWords

Auch wenn der Titel dieses Leitfadens das Wort „Suchmaschine“ enthält, würden wir euch eher raten, dass eure Optimierung sich mehr danach richten sollte, was für eure Besucher das Beste ist. Sie sind die Hauptabnehmer eurer Inhalte und sie benutzen die Suchmaschinen um eure Webseiten zu finden. Wenn ihr eure Schwerpunkte zu sehr auf spezifische Änderungen nur für die Verbesserung der Suchmaschinenplatzierung legt, muss dies nicht zum gewünschten Ergebnis führen. Bei der Suchmaschinen-Optimierung geht es darum eure Webseite bestmöglich auf die Beine zu stellen, sobald diese in den Suchmaschinen sichtbar wird. *(Letzter Satz ist sinngemäß.)*

Zum besseren Verständnis unserer Erläuterung haben wir als Beispiel eine fiktive Webseite erstellt, anhand derer wir unseren Leitfaden erklären werden. Für jeden Themenbereich haben wir genügend Informationen zusammengetragen um euch die wichtigsten Punkte darzustellen. Hier ein paar Hintergrundinformationen zu unserer Webseite:

- Name der Webseite: „Brandon’s Baseball Cards“ (Brandon’s Baseball Cards)
- Name der Domain: brandonsbaseballcards.com
- Fokus: Reiner Online Verkauf von Baseballkarten, Preisführer, Artikel und News-Beiträge
- Größe: Klein, ca. 250 Unterseiten

Eure Webseite ist vielleicht kleiner oder größer als diese und bietet erheblich andere Inhalte an, aber die Optimierungsthemen, die wir hier behandeln, sollten auf Webseiten jeder Größe und jeden Typs zutreffen.

Wir hoffen, dass euch unser Leitfaden einige neue Ideen liefert, wie ihr eure Webseite verbessern könnt und würden uns sehr freuen, wenn ihr uns Fragen, Feedback und Erfolgsgeschichten in der Google Webmaster Help Group ([URL](#)) einträgt.

URL: http://groups.google.com/group/Google_Webmaster_Help/

Erstelle eindeutige und treffende Seiten-Titel

Ein Titel-Tag sagt sowohl dem Benutzer, als auch einer Suchmaschine was der Inhalt der einzelnen Webseite ist. Der <title> Tag sollte im HTML-Dokument oben zwischen dem <head> Tag stehen. Idealerweise solltet ihr für jede einzelne Unterseite einen eigenen eindeutigen Titel erstellen.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Casrd provides a lar
</head>
<body>
...
```

Der Titel für unsere Baseballkarten-Webseite, welcher den Geschäftsnamen und die drei Hauptbereiche aufzeigt

Wenn eure Webseite in den Suchergebnissen auftaucht, dann wird üblicherweise der Titel-Tag in der ersten Zeile dargestellt. Wenn euch der Aufbau von Suchergebnissen nicht bekannt ist, dann schaut euch dazu am Besten das Video „Aufbau eines Suchergebnisses“ von Matt Cutts (Google Mitarbeiter) an:

URL: <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/11/anatomy-of-search-result.html>

Und dazu noch das hilfreiche Schaubild einer Google Suchergebnisseite:

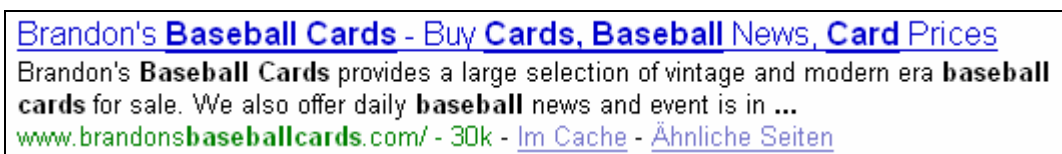
URL: <http://www.google.com/support/bin/static.py?page=searchguides.html&ctx=results>

Wörter im Titel werden fett hervorgehoben, wenn sie mit den Suchbegriffen eines Benutzers übereinstimmen. Dies kann helfen, dass der Benutzer erkennt, ob diese Webseite für seine Suche relevant ist oder nicht.

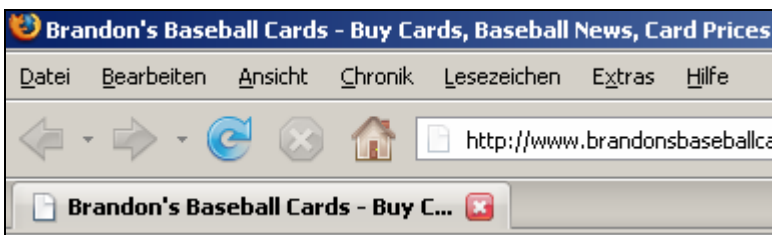
Der Titel eurer Webseite kann den Namen der Webseite, des Unternehmens, des Geschäftsbereiches und andere wichtige Teilinformatoren enthalten, wie zum Beispiel den Ort oder einige Schwerpunkte beziehungsweise Angebote.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [baseball cards]



Unsere Webseite zeigt ein Ergebnis an, wo der Titel in der ersten Zeile angezeigt wird (Zur Erinnerung: Die übereinstimmenden Suchbegriffe des Benutzers werden fett hervorgehoben.)

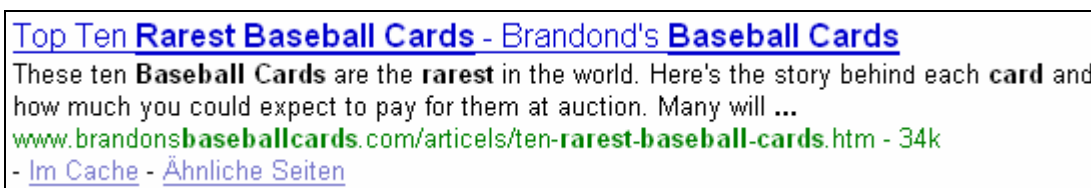


Wenn der Besucher das Suchergebnis anklickt und die Webseite besucht, dann wird der Titel der Seite oben im Browser angezeigt.

Titel für tiefer liegende Seiten auf eurer Webseite sollten sehr genau den Schwerpunkt der betreffenden Seite und ebenso den Namen eurer Webseite oder Firma enthalten.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [rarest baseball cards]



Eine relevante und tiefer liegende Seite wird als Ergebnis angezeigt, wenn der Seitentitel eindeutig zum Seiteninhalt passt.

Gute Methoden für den Titel-Tag einer Seite

- **Genauere Beschreibung des Seiteninhaltes** – Wähle einen passenden Titel, der das Themengebiet gewissermaßen wiedergibt.

Vermeide:

- Titel die keinen Bezug mit dem Inhalt der Seite haben
- Standard-Titel wie „Untitled“ oder „Neue Seite 1“

- **Eindeutige Seitentitel für jede einzelne Seite** – Jede eurer Seiten sollte idealerweise einen einzigartigen Titel-Tag haben. Dies hilft Google dabei zu verstehen, wie sich diese Seite von den anderen Seiten bei euch unterscheidet.

Vermeide:

- Gleicher Titel auf allen Unterseiten oder einer großen Gruppe von Unterseiten.

- **Kurze, aber sprechende Titel** – Titel können kurz und informativ sein. Wenn der Titel zu lang ist, dann wird bei Google nur ein Teil in den Suchergebnissen angezeigt.

Vermeide:

- Übermäßig lange Titel, die dem Benutzer nicht weiterhelfen
- Auffüllende und unnötige Schlüsselwörter im Titel

Verwendet den „description“ Meta-Tag

Ein „description“ Meta-Tag zeigt Google und anderen Suchmaschinen eine Zusammenfassung um was es auf der Seite geht. Während der Seitentitel nur aus wenigen Wörtern oder Formulierungen besteht, enthält die Seitenbeschreibung ein oder zwei Sätze oder einen kurzen Abschnitt. Google Webmaster Tools stellt dafür einen praktischen Bereich für die Inhaltsanalyse zur Verfügung, wo euch für einen beliebigen „description“ Meta-Tag gezeigt wird, ob dieser zu kurz, zu lang oder mehrfach vorhanden ist. Die gleiche Auswertung wird euch für den <title> Tag angezeigt. Sowohl der <description> als auch der <title> Meta-Tag befinden sich innerhalb des <head> Meta-Tags des HTML-Dokumentes.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Casrd provid
</head>
<body>
...
```

Der

„description“ Meta-Tag eurer Webseite, welcher eine kurze Zusammenfassung darüber enthält, was eure Seite anbietet.

Der „Description“ Meta-Tag ist sehr wichtig, da Google diesen möglicherweise als Auszug für eure Seite verwendet. Bitte beachten, dass wir sagen, dass es „sein kann“, da Google genauso gut einen passenden Textabschnitt eurer Webseite auswählen kann, wenn der Text seinen Zweck für eine Suchanfrage erfüllt. Alternativ kann Google auch die Beschreibung aus dem Open Directory Project (URL: <http://www.dmoz.org>) verwenden, wenn dort eure Seite gelistet ist. Mehr zum Thema wie man Suchmaschinen daran hindert die ODP Daten anzuzeigen findet ihr hier:

URL: <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35264>

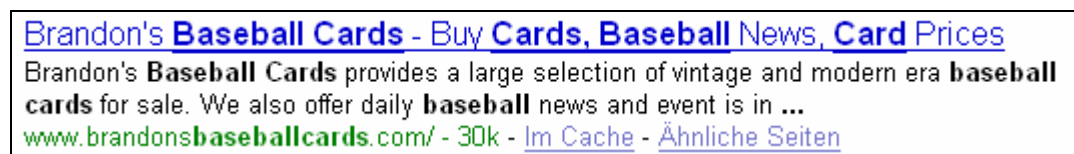
Eine Seitenbeschreibung auf jeder eurer Unterseite anzulegen ist immer eine gute Idee, für den Fall dass Google keine passende Textpassage für die Seitenbeschreibung findet. Der Webmaster Central Blog hat dazu einen informativen Beitrag geschrieben:

URL: <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>

Der Seitenauszug wird in den Suchergebnissen unter dem Titel und über der Seiten-URL angezeigt.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [baseball cards]



Unsere Webseite erscheint mit einem Teil der Seitenbeschreibung als Suchergebnis.

Wörter werden fett dargestellt, wenn diese in der Suchanfrage des Benutzers verwendet werden. Das gibt dem Benutzer Aufschluss darüber, dass der Inhalt der Seite mit dem übereinstimmt, was er sucht. Es folgt ein weiteres Beispiel, wo ein Auszug einer Seitenbeschreibung (idealerweise hat diese Seite ihren eigenen einzigartigen „Description“ Meta-Tag) von einer tiefer gelegenen Seite angezeigt wird.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [rarest baseball cards]



Eine unserer tiefer gelegenen Seiten, wo ein Auszug der Seitenbeschreibung für das Suchergebnis angezeigt wird.

Gute Methoden für den Description-Tag einer Seite

- **Genau Zusammenfassung des Seiteinhaltes** – Schreibt eine Zusammenfassung die den Benutzer gleichzeitig informiert, aber auch interessiert, wenn er euren Description Meta-Tag als Auszug in den Suchergebnissen sieht.

Vermeide:

- Schreiben von Description Meta-Tags die keinen Bezug mit dem Inhalt der Seite haben
 - Verwenden von allgemeinen Beschreibungen wie „Das ist eine Webseite“ oder „Webseite über Baseball-Karten“
 - Ausfüllen der Beschreibung nur mit Suchbegriffen
 - Copy&Paste (Kopieren) des gesamten Inhalt der Seite in den Description Meta-Tag
- **Verwende eindeutige und einzigartige Beschreibungen für jede einzelne Unterseite** – Es hilft dem Benutzer und Google sehr, wenn jede Unterseite eine Beschreibung hat. Speziell bei der Art von Suche wenn der Benutzer viele Unterseiten deiner Webseite durchsucht.
 Beispiel für Google-Suche: „site:google.de“ ... Mehr zur Suche mit dem „Site:“ Befehl:
 URL: <http://www.brianwhite.org/2007/04/27/google-site-operator-an-ode-to-thee>
 Wenn eine Webseite Tausende oder Millionen Unterseiten hat, dann ist eine Erstellung des Description Meta-Tag von Hand sicherlich ein Problem. In diesem Fall könnt ihr eure Beschreibung automatisch auf Basis des jeweiligen Seiteninhaltes generieren lassen.

Vermeide:

- Gleiche Beschreibung auf allen oder einen größeren Anzahl von Unterseiten.

Verbessere die Struktur deine Webadressen (URL's)

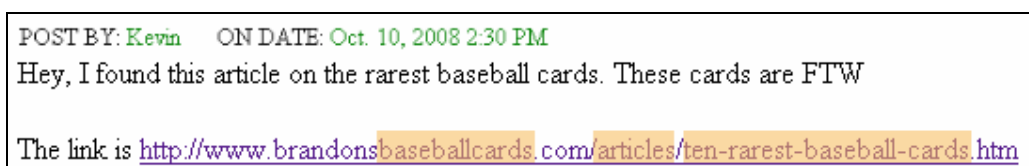
Die Verwendung von umschreibenden Namen für Kategorien, Dateien und Dokumente innerhalb eurer Webseite kann euch sicherlich nicht nur bei der eigenen Ordnung unterstützen, sondern auch dazu führen, dass eure Dokumente von Suchmaschinen besser erfasst werden können. Ebenso führen solche „freundlichen“ URLs dazu, dass andere Benutzer eher zu eurem Inhalt verlinken. Benutzer werden durch extrem lange und kryptische URLs möglicherweise abgeschreckt, wenn diese wenige bekannte Worte enthalten.



Eine URL zu einer Unterseite der Baseball-Webseite, die den Benutzer sicherlich nichts sagen wird.

URLs wie diese können verwirren und sind benutzerunfreundlich. Die Benutzer werden ihre Schwierigkeiten haben, solche eine URL aus dem Gedächtnis zu holen oder einen Link dorthin zu setzen. Benutzer könnten auch denken, dass ein Teil der URL unnötig ist, vor allem wenn die URL viele unerkennbare Parameter enthält. So lassen sie vielleicht einen Teil der URL weg und „zerstören“ den Link.

Einige Benutzer verlinken zu eurer Webseite durch Verwendung der URL. Wenn eure URL relevante Wörter enthält, dann hilft dies den Benutzern und den Suchmaschinen weiter, da weiteren Informationen über die Webseite anstelle einer ID oder seltsame Parameter vorhanden sind.

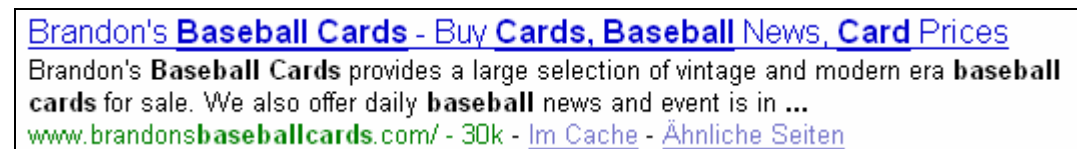


Die hervorgehobenen Wörter oben könnten einen Benutzer oder Suchmaschine darüber informieren worüber die Zielseite handelt, bevor man dem Link folgt.

Zuletzt vergesse nicht, dass die URL eines Dokuments als Teil in den Suchergebnissen bei Google unterhalb des Seitentitels und der Beschreibung angezeigt wird. Wie der Titel und der Auszug werden die Wörter der URL fett hervorgehoben, die mit der Suche des Benutzers übereinstimmen.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [baseball cards]



Unsere Webseite erscheint mit einem Teil der URL unterhalb des Titel und der Beschreibung als Suchergebnis.

Es folgt ein anderes Beispiel für einen Artikels über „rarest baseball cards“ mit einer URL unserer Domain. Wörter in einer URL finden beim Benutzer mehr Beachtung als eine ID-Nummer wie hier „www.brandonsbaseballcards.com/article/102125/“.



Ein Benutzer gibt diese Suchanfrage ein [rarest baseball cards]



Eine unserer tiefer gelegenen Seiten in den Suchergebnissen, wo die URL den Typ des Inhalts wiedergibt.