

Sitemaps

Eine Sitemap ist eine durch Links dargestellte Auflistung aller Seiten einer Internetpräsenz. Die Sitemap dient einerseits der Orientierung der Nutzer, andererseits kann sie als XML Datei auch Suchmaschinen bekannt gegeben werden. Dies erleichtert den Suchmaschinen die Indexierung.

Duplicate Content

Vermeiden von doppelten Seiten im Internet. Sowohl innerhalb einer Domain als auch auf anderen Domains. Dies wird von Suchmaschinen negativ bewertet.

sitemap.xml und sitemap.html

Die Sitemap hilft den Suchmaschinen den Internetauftritt bei Suchmaschinen zu indexieren.

robots.txt

Die robots.txt dient dazu, den Suchmaschinen Robotern zu zeigen, welche Ordner und Dateien Ihrer Webpräsenz für eine Indizierung relevant sind. Seiten können für die Indexierung gesperrt werden.

Interne Verlinkung

Häufiges Verlinken von redaktionellen Texten zu anderen relevanten Seiten Ihres Auftritts erhöht die Relevanz.

W3C Validierung

Überprüfen der Internetseite auf Fehler in der Programmierung, mit dem W3C Validator unter: <http://validator.w3.org>.

nofollow-Tags

Prüfen der Seite welche Inhalte auf "follow" bzw. "nofollow" gesetzt werden sollten.

URL

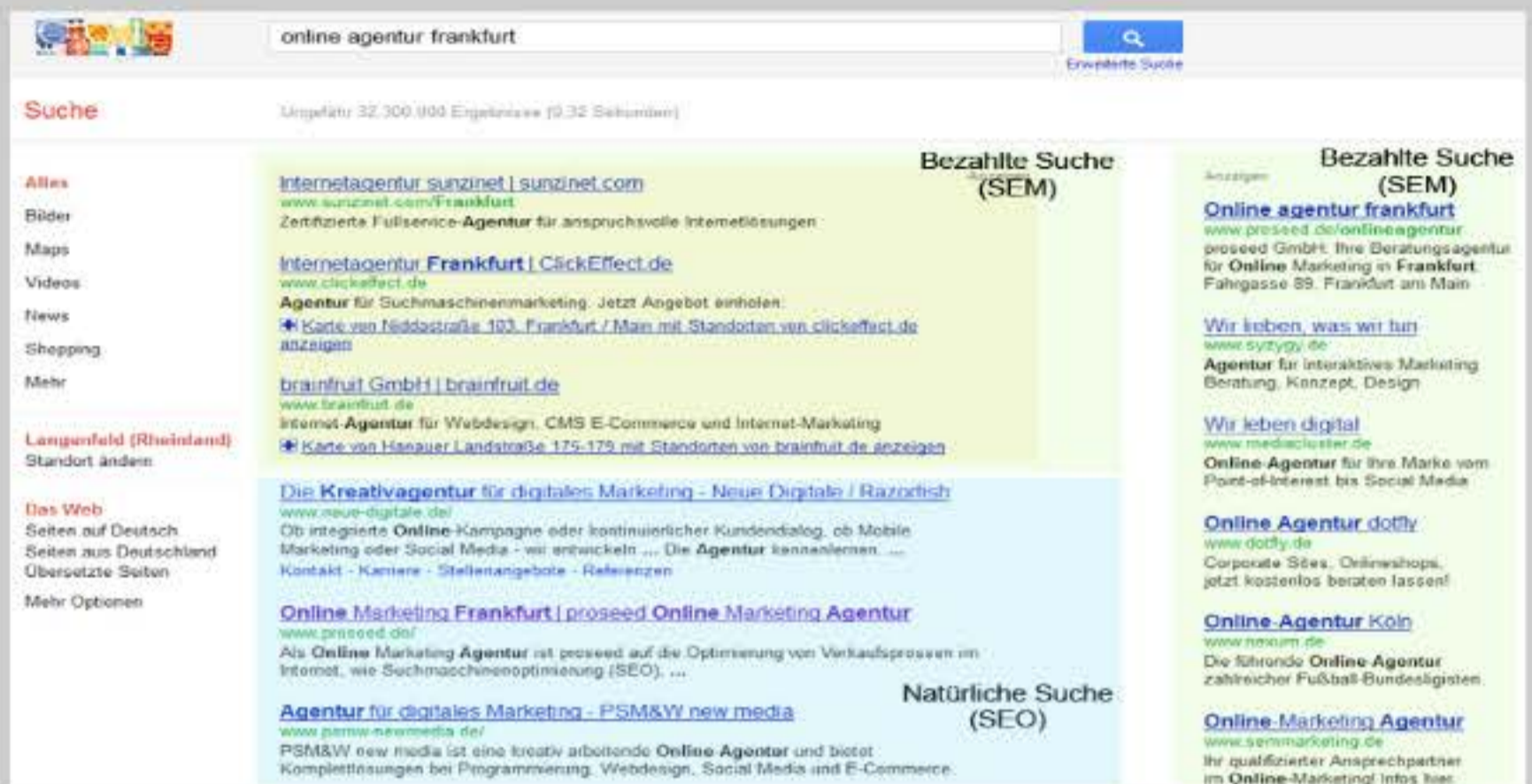
Die verwendete URL sollte die wichtigsten Keywords enthalten und nicht dynamisch, also "sprechend" sein.

Titel

Der Meta-Titel der Seite sollte für jede Seite individuell festgelegt werden und die wichtigsten Keywords für die Seite enthalten.

Keywords

Die Keywords sind einer der wichtigsten Punkte der Suchmaschinenoptimierung. Daher ist es wichtig, diese in den Text einzubauen und im Quelltext unter Meta Keywords anzugeben. Die wichtigsten Keywords werden für jede Unterseite individuell festgelegt. Auf Basis einer ausführlichen Keyword-Recherche für die Webseite sollten so die neuen Keywords ermittelt werden.



Natürlicher Linkaufbau

Der Linkaufbau sollte so erfolgen, dass nach und nach externe Links auf die eigene Webseite verweisen. Ein sprunghafter Anstieg oder gar linearer Verlauf beim Linkaufbau (Linkeinkauf) wird abgestraft.

Footer Links

Links, die aus einem Footerbereich heraus erfolgen, weisen darauf hin, dass der Link ggf. eingekauft wurde. Dies führt zu keiner Wertung mit hoher Gewichtung. Dies gilt auch für eine größere Anzahl an Links, die von der gleichen IP Adresse oder aus der gleichen Domain kommen.

Presseverteiler

Die PR Portale mit vielen aktuellen Inhalten werden von Suchmaschinen in der Regel gut gelistet. Eine Veröffentlichung auf solchen Portalen erhöht also die Chance auf eine gute Sichtbarkeit bei Google.

Vorsicht bei Artikelverzeichnissen

Im Moment erarbeiten Suchmaschinen Strategien, um auch die Qualität des Contents besser bewerten zu können und strafen kopierte Inhalte ab.

Description

Die Meta Description enthält eine kurze Beschreibung der jeweiligen Webseite. Ein sogenanntes Snippet wird auch in den Suchmaschinen zu der jeweiligen Seite angezeigt. Daher sollte die Meta Description zum Klicken „einladen“ und die wichtigsten Suchbegriffe enthalten (mindestens 90, höchstens 155 Zeichen).

Linktexte

Die Linktexte sollten variieren und zudem auf den Inhalt der Seite, sowie auf den Inhalt der Landing Page abgestimmt sein. Linktexte sollten nicht immer gleich gewählt werden.

Reziproke Verlinkung

Bei einem Internetangebot, das auf ein anderes verlinkt und vice versa, erkennen die Suchmaschinen einen Linktausch, der stattgefunden hat und werten diesen ab.

Webverzeichnisse und Webkataloge

Tragen Sie Ihr Websiteangebot in DMOZ (kostenfrei) und im Yahoo Katalog (kostenpflichtig) ein. Suchmaschinen gehen davon aus, dass Angebote, die hier manuell eingetragen wurden, eine höhere Relevanz für User darstellen.

Blog Nutzung

Aufgrund des teilweise qualitativ sehr hochwertigen Contents und dem damit einhergehenden guten Page-Rank von Blogs sollten redaktionelle, auf die Themen abgestimmte, Beiträge verfasst werden.

Linkkauf-Linkmiete-Offpage Optimierung

Beim Kauf der Backlinks ist auf deren Qualität zu achten. Neben dem Pagerank ist der Contentbezug ein wichtiger Faktor. Generell ist von einem Kauf abzuraten, denn es ist zu vermuten, dass Google bereits gekaufte Backlinks identifiziert und ggf. die Seite abwertet.

