

Leitfaden
Suchmaschinen
-optimierung/
SEO

Einleitung: Was ist SEO und wozu ist es gut?

SEO dient dazu, die Rankings einer Website und damit deren Sichtbarkeit in den Ergebnislisten von Suchmaschinen zu verbessern. Ein gutes Ranking bedeutet, dass man in den Suchergebnissen bei Google im oberen Bereich gefunden wird, wenn die Nutzer nach bestimmten Suchbegriffen suchen. Suchmaschinen wie Google durchsuchen Webseiten nach relevanten Informationen zu den eingegebenen Suchbegriffen und bewerten, wie relevant eine Webseite für bestimmte Suchanfragen ist.

Gestaltung von relevantem, suchmaschinenfreundlichem Content

Wenn die Inhalte Ihrer Webseite von Google als hochwertig und relevant für die Suchanfrage eines Nutzers angesehen werden, wird Ihre Webseite als Suchergebnis angezeigt. Die Inhalte einer Webseite sollten somit möglichst zielgenau auf **ein bestimmtes Interesse oder Bedürfnis** der Zielgruppe eingehen.

Vor der Erstellung einer Webseite, sollte man sich also die folgenden Fragen stellen:

Auf welche Frage, bietet meine Webseite die richtige Antwort?

Für welche Zielgruppe sind die Inhalte, die ich auf der Seite zur Verfügung stelle, relevant? Wen möchte ich damit erreichen?

Welche Fragen werden meinem Zielpublikum auf der entsprechenden Seite beantwortet? Welche Probleme werden gelöst?

Wonach suchen die Personen, wenn sie meine Webseite finden sollen? Wie wird gesucht? Welche Suchbegriffe werden verwendet?

Relevanz von Suchbegriffen/ Keywords

Als Antwort auf diese Fragen, sollte eine (überschaubare) Liste an Suchbegriffen entstehen, auf die der Inhalt der Seite eine Antwort bietet. Im nächsten Schritt sollten diese Keywords strukturiert und bewertet werden.

Idealerweise besteht die Keyword-Liste aus einem Haupt-Keyword und ein paar weiteren unterstützenden Keywords.

Insbesondere das Haupt-Keyword sollte dazu an bestimmten, für die Suchmaschine relevanten Stellen auf der Webseite enthalten sein. Dazu zählen z. B.

- Überschriften
- Metadaten
- Alt-Tags von Bildern
- Fließtext

Die Verwendung der unterstützenden Keywords in den Inhalten kann ebenfalls dazu beitragen, die Relevanz der Seite für die Suchanfrage zu erhöhen.

ABER: Es ist auch wichtig zu beachten, dass die Verwendung von Suchbegriffen allein nicht ausreicht, um eine Seite auf den ersten Platz in den Suchergebnissen zu bringen. Suchmaschinen wie Google bewerten auch andere Faktoren wie die Qualität und Autorität der Webseite, das Nutzerverhalten und die technische Optimierung, um zu bestimmen, wie relevant eine Webseite für bestimmte Suchbegriffe ist. Eine inflationäre Verwendung ein und desselben Keywords z. B. kann sich auch negativ auf die Suchergebnisse auswirken. Da Google immer besser darin geworden ist, die Qualität von Inhalten zu bewerten, ist es am aller wichtigsten, dass die Webseite der Zielgruppe, an die sie sich richtet, einen Mehrwert bietet und auf die gesuchte Frage oder den gesuchten Begriff eine möglichst griffige Antwort bereithält.

Tipps zur Erstellung von suchmaschinenrelevanten Inhalten:

Es ist aus SEO-Sicht wichtig, Inhalte so zur Verfügung zu stellen, dass sie möglichst zielgenau auf **eine** Problemstellung/ Frage eine Antwort geben. Wenn auf einer Seite zu viele unterschiedliche Informationen zur Verfügung gestellt/ zu viele Fragestellungen beantwortet werden, wird sich das eher negativ auf das Ranking auswirken, da dann nicht mehr so klar ist, **welche Frage** die Webseite beantwortet. Eine Seite sollte also immer ein Haupt-Thema haben, an dem sich dann auch das Haupt-Keywrd bzw. das Keyword-Set orientiert.

Wichtig ist, sich einmal in die Zielgruppe der Webseite hineinzuversetzen. Welche Suchbegriffe würde jemand eingeben, der nach den Inhalten, die Ihre Webseite zur Verfügung stellt, sucht? Und welchen Inhalt würde er daraufhin erwarten?

Hochwertige Inhalte sollte die folgenden Kriterien erfüllen:

verständlich	aktuell
(möglichst) einzigartig	Relevant/ interessant
strukturiert	korrekt/ frei von Fehlern
zielgruppengerecht	wahr

Weitere Punkte, die für eine möglichst SEO-freundliche Webseitengestaltung beachtet werden sollten:

1. URL und Seitentitel:

- Verwenden Sie klare, prägnante und relevante URLs und Seitentitel, die das Haupt-Keyword Ihrer Seite enthalten.
- Begrenzen Sie die Länge der URLs und Seitentitel auf etwa 60 Zeichen, um sicherzustellen, dass sie vollständig angezeigt werden.
- Vermeiden Sie Duplikate von URLs und Seitentiteln auf Ihrer Website.

2. Richtige Bezeichnung:

- Verwenden Sie Titel, die den Inhalt der jeweiligen Seite so genau wie möglich beschreiben.

3. Vollständigkeit und Relevanz:

- Nennen Sie möglichst explizit das Thema Ihrer Seite und das Angebot, das Sie ihrer Zielgruppe bieten.
- Achten Sie darauf, dass Sie für jedes **relevante** Thema eine eigene Seite erstellen.
- Halten Sie ihre Website aktuell. Passen Sie die Website beispielsweise an das entsprechende Semester an.

4. Interne und externe Verlinkungen:

1. Verwenden Sie **interne Links**, um relevante Seiten auf Ihrer Website miteinander zu verknüpfen. Wenn es z. B. eine Seite gibt, die zu einem Unterpunkt weitere, detaillierte Informationen liefert, ist es sinnvoll, diese zu verlinken.
2. Verwenden Sie **externe Links**, um auf vertrauenswürdige Websites und Quellen zu verweisen, die Ihre Inhalte unterstützen oder ergänzen.
3. Verwenden Sie Texte für die Verlinkungen, die das Haupt-Keyword der verlinkten Seite enthalten.

5. Strukturierung der Texte:

- Verwenden Sie Headlines (Überschriften) wie H1 bis H4, um Ihre Seite zu strukturieren und wichtige Informationen hervorzuheben.
- Verwenden Sie Absätze oder Informationskästen um Ihre Inhalte in kleinere, leicht verdauliche Teile zu unterteilen.
- Verwenden Sie Listen wie Bullet-Points, um wichtige Informationen zu präsentieren und die Lesbarkeit zu verbessern.
- Texte sollten vorzugsweise kurz und knapp formuliert und dabei möglichst informativ sein.

Überschriften im Überblick:

Eine individuelle Hauptüberschrift (H1) beschreibt das Thema und enthält das Haupt-Keyword

Unter der H1 wird der Text sinnvoll mit weiteren Unterüberschriften (H2-H4) strukturiert.

Headlines kurz und prägnant halten (max. 5 Wörter!)

Headlines sind somit nicht nur optische Stilmittel, sondern erfüllen einen Zweck!

Tipps für gute Überschriften:

Listen - Beispiel für eine Liste: „10 Tipps für einen gelungenen Studienstart“

Fragen – Beispiel für eine Frage: „Wie bewerbe ich mich auf Studiengang XY?“

Power-Wörter – Beispiel für eine Überschrift mit Power-Wort: „Die ultimative Checkliste für XY“

Erklärungen – Beispiel für eine Erklärung: „So bewerben Sie sich für ein Auslandsstudium“

Aktualität – Beispiel: „Aktuelle Änderungen in der Prüfungsordnung zum WS 2023“

6. Bilder:

- Verwenden Sie aussagekräftige Dateinamen für Ihre Bilder, die idealerweise das Haupt-Keyword der jeweiligen Seite enthalten.
- Verwenden Sie ALT-Tags, um ihren Bildern eine Beschreibung hinzuzufügen. Diese Beschreibung hilft dabei, die Relevanz für das Haupt-Keyword Ihrer Seite zu erhöhen.

Tipps für gute Bildbeschreibungen

Nicht mehr als 25 Begriffe verwenden

Keywords in der Beschreibung nutzen

Wichtige Begriffe an den Anfang stellen

Keywords nicht unnatürlich oft verwenden (Keyword-Stuffing)

Individuelle Beschreibungen verwenden

- Verwenden Sie Bilder, um Ihre Inhalte zu unterstützen und die visuelle Attraktivität Ihrer Seite zu erhöhen.
- Die Dateigröße von Bildern sollte sich möglichst an 200 KB orientieren, um die Seitenladezeit nicht negativ zu beeinflussen. Dieser Wert ist als Orientierungsmarke für Bilder im Content zu verstehen. Grundsätzlich ist hier auch eine Unterscheidung zu treffen, ob es sich um ein größeres Titelbild (z. B. in einem Slider) oder um ein einfaches, kleineres Bild im Seiteninhalt handelt. Generell gilt für die Dateigröße die Regel „So groß wie nötig (damit eine gute Qualität des Bildes noch gegeben ist) und so klein wie möglich (um die Ladezeiten so gering wie möglich zu halten).“

Eingabe „Bildinformationen“ in TYPO3:

The screenshot displays the TYPO3 image metadata editor. At the top, there is a search bar and a close button. Below it is the 'Untertitel' field. The main section is titled 'Bild' and contains several sub-sections: 'Erlaubte Dateierweiterungen' with a list of file types, 'Titel' with a checkbox and a text input field, 'Alternativer Text' with a checkbox and a text input field, and 'Beschreibung (Bildunterschrift)' with a checkbox and a text area. The 'Titel' and 'Alternativer Text' fields are highlighted in yellow. Below these is the 'Bildbearbeitung' section with an 'Editor öffnen' button and a 'Standard' section with 'Seitenverhältnis: 16:9' and a small image thumbnail.

7. Optimierung der Meta-Daten:

Unter Meta-Daten versteht man zusätzliche Informationen zu einer Webseite, die auf der Seite selbst nicht direkt sichtbar sind, durch die Suchmaschine jedoch ausgelesen werden.

Die wichtigsten Meta-Daten sind der Title und die Description, da diese in den Suchergebnissen erscheinen, die bei Google angezeigt werden. In den Suchergebnissen ist dies also der erste Berührungspunkt zwischen Nutzer und Seite!

7.1. Title Tag

Als Seitentitel sollte ein möglichst aussagekräftiger und kurzer Titel stehen, der das Thema der Seite möglichst gut zusammenfasst und das Haupt-Keyword enthält.

Tipps „Title Tag“

Jede URL sollte einen einzigartigen TITLE besitzen

Das Fokus-Keyword sollte im TITLE genannt werden

Fokus-Keyword möglichst an erster Stelle nennen

Kann bis zu 71 Zeichen lang sein

Eingabe „Title Tag“ in TYPO3:

Title-Tag: Seite bearbeiten → Reiter: Allgemein → Titel: Seitentitel

Seite bearbeiten

Allgemein Metadaten Erscheinungsbild Verhalten Ressourcen Sprache Zugriff Hinweise

Seite

Typ

Standard

Titel

Seitentitel

URL-Segment

https://www.uni-konstanz.de

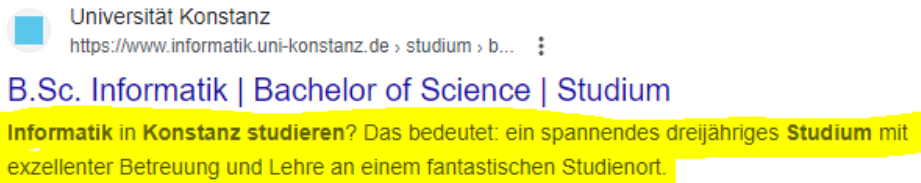
Alternativer Navigationstitel

Untertitel

Seite [124726]

7.2. Description Tag

Der Description-Tag ist eine kurze Beschreibung der jeweiligen Webseite. Die Beschreibung sollte in kurzen Worten zusammenfassen, worum es auf der Seite geht und das Haupt-Keyword nennen. Diese Zusammenfassung ist vor allem aus einem Grund besonders wichtig. Sie taucht als Snippet in den Suchergebnissen mit auf. Ist eine Description für eine Seite angegeben, taucht diese hier auf:



Weist eine Seite keine Description auf, suchen sich Suchmaschinen auf gut Glück Begriffe aus dem Seiteninhalt zusammen, die als relevant erachtet werden. Auf das Ergebnis hat man dann keinen Einfluss.

Tipps „Description Tag“:

Einzigartige Description verwenden

Das Fokus-Keyword sollte in der DESCRIPTION genannt werden

Formulierung wählen, die zum Klick anregt

Kann bis zu 160 Zeichen lang sein, Wichtiges nach vorn, da mobil kürzer!

Sonderzeichen nutzen, wenn angebracht

Eingabe „Description Tag“ in TYPO3:

Description-Tag: Seite bearbeiten → Reiter: Metadaten → Meta-Tags: Beschreibung

Seite bearbeiten

Allgemein Metadaten Erscheinungsbild Verhalten Ressourcen Sprache Zugriff Hinweise

Zusammenfassung
Zusammenfassung

Meta-Tags
Beschreibung

Redaktion
E-Mail des Autors

Seite [124726]

8. Verweise/ Externe Links:

- Es ist von Vorteil, wenn Ihre Website an relevanten Stellen im Netz erwähnt wird und in diesem Zuge eine Verlinkung von dort auf Ihre Webseite führt, z. B. eine Verlinkung von studycheck.de.
- Ein weiteres Beispiel für gute externe Links ist der Verweis einer Online-Berichterstattung (Presse) auf die eigene Webseite.
- Diese Verweise werden auch als „Backlinks“ bezeichnet und wirken sich, sofern sie qualitativ hochwertig sind und von seriösen Quellen stammen, ebenfalls positiv auf das Ranking der Webseite aus.