

Suchmaschinenoptimierung - Wie Sie nach oben kommen. Und auch an der Spitze bleiben.

Sie glauben, schon alles zu getan zu haben? Ihre On-Page- Suchmaschinenoptimierung ist perfekt? Dann wird Sie dieser Artikel wirklich überraschen. Denn hier geht es richtig ans Eingemachte. Und warum Ihre On-Page-Optimierung vielleicht schon in 1-2 Jahren nichts mehr bringen wird. Aber auch...

- wenn Sie in der Vergangenheit vergeblich versucht haben, nach oben zu kommen,
- wenn Sie bei Suchmaschinenoptimierern horrenden Summen gezahlt haben – ohne allzu große Erfolge,
- wenn Sie dubiose Praktiken eingesetzt haben, die Sie auch nicht weitergebracht haben oder
- wenn Sie kurzzeitig auf der ersten Ergebnis-Seite zu finden waren, danach aber wieder ins Suchmaschinen- Nirvana abgestürzt sind,

... dann wird Ihnen spätestens nach dem Lesen dieses Artikels klar, warum es nicht klappen konnte. Und was Sie wirklich tun müssen, um nach oben zu kommen – und auch dauerhaft an der Spitze zu bleiben.

Zugegeben, mit Ihrer professionellen On-Page-Optimierung können Sie zurzeit noch beachtliche Ergebnisse erzielen. Jedoch nur unter zwei Voraussetzungen:

1. Die Suchmaschinen ändern nichts an ihren Such-Algorithmen.
2. Ihr zu optimierender Suchbegriff ist nicht stark umworben, hat also wenig Konkurrenz.

Um das Optimum herauszuholen, sollten Sie deshalb wissen, wie Suchmaschinen überhaupt funktionieren. Keine Sorge, es wird nicht zu technisch!

Suchmaschinen verfolgen vor allem zwei Ziele:

1. Sie möchten ihren Besuchern so schnell wie möglich „relevante“ Suchergebnisse liefern.
2. Sie möchten über Werbeeinblendungen Geld verdienen.

Und dieses Geldverdienen funktioniert nur, wenn die Suchenden immer wieder kommen. Dazu - ergo - muss man mit den gefundenen Suchergebnissen natürlich stets zufrieden sein. Allein schon deshalb ist es Ziel jedes Suchmaschinenanbieters, die Qualität seiner Suchergebnisse zu erhalten und ständig zu verbessern. Spam- Seiten, die nichts mit dem gesuchten Begriff zu tun haben, und Link-Farmen - Websites ohne eigene Inhalte – sind verständlicherweise ein Gräuel für jeden Suchmaschinenbetreiber.

On-Page-Faktoren + Off-Page-Faktoren = Ihre Position

Da eine manuelle Überwachung der Abermillionen Websites kaum möglich, geschweige denn wirtschaftlich ist, bedienen sich die Suchmaschinenanbieter ausgefeilter Techniken. Damit versuchen sie einerseits die relevantesten Informationen zu finden. Und andererseits die „Trickser“ vollautomatisch zu eliminieren.

Ihre Suchmaschinenposition errechnet sich daher aus zwei Faktoren:

1. Ihrer On-Page-Relevanz, wie HTML-Technik, optimale Gliederung Ihrer Inhalte, Menge und Aktualität Ihres Inhaltes usw.
2. Und Ihrer Off-Page-Faktoren. Sie können bis zu 90 % Ihrer Positionierung ausmachen! Zu den Off-Page-Faktoren zählen vor allem die Anzahl und die Qualität der Links, die von anderen (Idealerweise gut positionierten Websites) zu Ihnen führen. Das bedeutet:

Ihre Off-Page-Aktivitäten werden immer wichtiger!

Der Grund: Auch Suchmaschinenanbieter wissen, wie einfach Seiten durch eine clevere On-Page-Optimierung nach oben gebracht werden können. Off-Page ist das weitaus schwieriger. Deshalb: Wollen Sie auch künftig noch nach oben kommen und an der Spitze bleiben, starten Sie noch heute Ihre Off-Page-Offensive! Wie?

Versuchen Sie unbedingt Links von anderen Websites zu bekommen.

Dafür gibt es zwei Möglichkeiten. Für die erste brauchen Sie noch nicht einmal eigene Inhalte. Zu diesen „mühelosen“ Off-Page-Optimierungen zählen:

- **Foren.** Engagieren Sie sich in Foren, die sich mit Ihrer Branche beschäftigen. Helfen Sie anderen Forenmitgliedern und beteiligen Sie sich aktiv an den Diskussionen. **WICHTIG:** Verwenden Sie bei Ihren Beiträgen (Postings) unbedingt Ihre Signatur mit Link auf Ihre Website. Ein einfacher Link mit Ihrem Hauptschlüsselwort reicht völlig aus.
- **(Branchenspezifische) Linkverzeichnisse und Kataloge.** Tragen Sie sich in allen seriösen Linkverzeichnisse und Kataloge ein, die zu Ihrer Branche passen. Wenn möglich, benutzen Sie für den Linktext Ihre Schlüsselwörter. Ziehen Sie auch kostenpflichtige Verzeichnisse (z.B. Yahoo! oder web.de) in Betracht, wenn Ihnen der Anbieter seriös erscheint.
- **Linktausch.** Tauschen Sie mit Ihrem Geschäftspartner oder ggf. mit Bekannten Links aus.

Dies sind die drei erfolgversprechendsten Methoden. Natürlich kennen auch die Suchmaschinenbetreiber diese Techniken. Dennoch sollten Sie nicht darauf verzichten.

Ein Beispiel:

Angenommen, Sie suchen bei Google mit dem Begriff „**Suchmaschinen-Optimierung**“ und die ersten 10 Suchergebnisse führen alle zu kommerziellen Anbietern. Nehmen wir weiter an, keiner dieser vermeintlichen „*Suchmaschinen-Optimierer*“ bietet Ihnen tatsächlich brauchbare Informationen für Ihre **Suchmaschinenoptimierung**. Dann werden Sie zu Recht unzufrieden sein.

Diese Anbieter haben Sie (durch On-Page- und Off-Page-Optimierung (Linkverweise ohne Inhalte)) auf ihre Seiten „gelockt“, ohne das Gesuchte tatsächlich zu bieten. Das mögen auch Suchmaschinenbetreiber nicht. Deshalb ist zu vermuten, dass Linkverweise ohne eigene Inhalte in Zukunft immer mehr an Bedeutung verlieren werden.

Ihre Zukunftsstrategie kann deshalb nur lauten: Versetzen Sie sich in die Lage eines Suchmaschinenbetreibers! Was würden Sie am liebsten auf den gefundenen Websites sehen? Genau: Hochwertige Inhalte, die genau das bieten, was der Internetbesucher sucht!!!

Ihr Königsweg: Verführen Sie Suchmaschinen mit hochwertigen Inhalten.

Nutzen Sie Ihre Website nicht nur, um sich selbst zu präsentieren. Zeigen Sie Ihrem Leser/Interessent/Kunden, wie er seine Probleme lösen kann. Bieten Sie ihm Anleitungen und Informationen, geben Sie ihm Tipps, machen Sie sich und Ihre Website zum aktiven Problemlöser.

- Sehen Sie Ihre Website als Fachmedium, nicht als anklickbare Broschüre.
- Bieten Sie wertvolle Inhalte. Dadurch motivieren Sie andere, auf Ihr Informationsangebot zu verlinken.
- Schreiben Sie qualitativ hochwertige Artikel zum Thema Ihrer Website oder zu Ihren Schlüsselwörtern. Und versuchen Sie, diese Artikel auch auf anderen Websites zu publizieren.
- Betreiben Sie ein Forum, in dem Sie Gleichgesinnten die Möglichkeit bieten, sich zu Ihrem Schlüsselthema auszutauschen.
- Starten Sie ein eigenes Weblog, in dem Sie in regelmäßig über Ihre Arbeit und Neuigkeiten aus Ihrer Branche berichten.
- Öffnen Sie Ihr eigenes Informations-Portal. Verkaufen Sie auf Ihrer Website Aquarium-Fische? Dann betreiben Sie ein großes Informations-Portal über Aquarium-Fische. Und bieten Sie auf diesem Portal alle Informationen an, die sich ein Fisch-Fan nur wünschen kann. Und vergessen Sie nicht auf sich selbst zu verlinken!

Sie sehen, Ihrer Fantasie sind hier keinerlei Grenzen gesetzt.