

ONPAGE- OFFPAGE OPTIMIERUNG



Veröffentlicht am 22. Juni 2017 von Louise



Bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist oft die Rede von Onpage und Offpage Optimierung. Doch was verbirgt sich eigentlich dahinter und welche Faktoren müsst Ihr beachten? Wir haben für Euch eine kleine Auswahl, an wichtigen Onpage und Offpage Optimierungsmethoden zusammengefasst.

ONPAGE OFFPAGE OPTIMIERUNG FÜR EILIGE

Onpage Offpage Optimierung

Bei der On und Offpage Optimierung geht es um SEO Maßnahmen, mit denen Du durch Optimierungen "auf Deiner Seite" und "außerhalb Deiner Seite" mehr Traffic generieren kannst. Wenn du SEO richtig anwendest, erhöhst du Die Konversionsrate, die Absprungrate sinkt und Deine Seite wird in den Suchmaschinen höher platziert. In unserem Blog erfährst Du, welche Arten der Onpage Offpage Optimierung es gibt und wie Du sie für Deine Webseite nutzen kannst.

WAS SIND ONPAGE OPTIMIERUNGSMETHODEN?

Die Onpage Optimierung beinhaltet alle Techniken von SEO (Suchmaschinenoptimierung), die „auf Deiner Seite“ vorgenommen werden können. Also all die Inhalte, die man als Betreiber direkt

beeinflussen kann. Wenn Du Deine Seite so optimierst, dass Content und Technik von Suchmaschinen, wie Google, analysiert und als besonders positiv bewertet wird, erhöhst Du die Sichtbarkeit Deiner Website.

DOMAINNAME

Du hast noch keine eigene Website, spielst aber mit dem Gedanken Dir eine **eigene Webpräsenz** aufzubauen? Dann solltest Du Dir bereits im Vorfeld gut überlegen, wie Deine Domain heißen soll. Deine **URL** (Uniform Resource Locator) sollte sich auf Dein Unternehmen oder **Produkt** beziehen und nicht zu lang oder kompliziert sein. Ein kurzer und aussagekräftiger Domainname bleibt dem User eher im Kopf. Sinnvoll ist es auch, wichtige Keywords in den **Domainnamen** zu integrieren, denn das spielt beim Ranking eine signifikante Rolle. User gestalten ihre Suchanfrage oft so, dass sie eine **Dienstleistung oder ein Produkt** suchen, welches in einem Ort ihrer Wahl zu erhalten ist. Wenn Du also mit Deiner Website möglichst hoch oben im Google Ranking platziert werden möchtest, dann sollte der Name des Ortes in der Domain integriert sein. Dir gehört eine Bäckerei in Kleve? Als Domain würde sich dann zum Beispiel: www.baeckerei-kleve.de gut anbieten.

Wichtig ist es also, dass Du Dir merkst, dass die meisten Suchanfragen **ortsgebunden** sind und Du Dir einen großen Vorteil verschaffst, indem Du Dein Produkt mit Deiner **Umgebung** vernetzt, um dich von Deinen Mitstreitern abzusetzen. Der Domainname ist unser erster Tipp, wie Du anhand von Onpage Optimierung Deine **Konversionsrate** vergrößern kannst.

META DATEN (ONPAGE OPTIMIERUNG)

Meta Tags gehören zur Onpage Optimierung, da sie für Deine Seite speziell definierte Angaben und Informationen enthalten. Die Meta Tags befinden sich, im **HTML Code** Deiner Website. Die Meta Tags sind für jeden sichtbar, wenn man auf Seitenquellentext anzeigen klickt. Bei oberflächlicher Betrachtung der Webseite fallen die Meta Tags allerdings nicht auf. Deswegen kann man davon sprechen, dass Meta Tags versteckt sind. Nichts desto trotz sind sie für jeden zugänglich. Angezeigt werden Sie den Nutzern innerhalb der Google Suchergebnisse. Das bedeutet, die Meta Tags sind ein entscheidendes Kriterium für Deine Indexierung bei Google als auch für die Animierung des Users zum Klick und Besuch Deiner Website. Wenn Meta Daten mit Bedacht ausgewählt sind, können sie Dir helfen, die **Sichtbarkeit** Deiner Webseite entscheidend zu erhöhen.

Als Tipp empfehlen wir Dir, dass Deine Meta Daten immer im direkten Zusammenhang zu Deinem **Content** stehen. Meta Daten wurden früher oft dazu missbraucht, häufig gesuchte Suchbegriffe einzufügen, um die Sichtbarkeit der eigenen Webseite zu erhöhen. Die Suchbegriffe hatten aber nichts mit dem eigentlichen Inhalt der Webseite zu tun. Dieses Vorgehen bestraft Google mittlerweile, da Google auch auswertet, wie lange der Nutzer auf deiner Webseite verweilt. Wenn Du diese Form der Onpage Optimierung missbrauchst, resultiert das in einer verminderten Sichtbarkeit Deiner Website. Wenn die **Absprungrate** hoch ist, ist es auch möglich, dass Dein Content den Besuchern nicht die gewünschten bzw. ausreichende Informationen liefert oder du in Deinen Meta Tags nicht den passenden Content anteaserst.

Meta Daten setzen sich aus folgenden Elementen zusammen: Title Tags, Meta Descriptions und zusätzlich aber nicht mehr notwendig - Keyword Tags.

1. TITLE-TAG

Title Tags gehören zu den Onpage Optimierungsmethoden. Sie sind ein Teil der Meta Daten und erscheinen in den Google Suchergebnissen. Google benutzt Title Tags, um Deine Seite zu indexieren und den Content zu analysieren. Die Begriffe, die Du in Deinem Title Tag verwendest, werden als **Überschrift** (Headline) bei Google angegeben, das heißt, es ist wichtig Deinen Title Tag so zu formulieren, dass er für potenzielle Nutzer ansprechend wirkt und zum Klick motiviert. Die Suchbegriffe in Deinem Title Tag sollten also möglichst **genau definiert** und kongruent zu Deinem Content sein. Im HTML Code kommt nicht auf die Reihenfolge der Meta Daten an. Für einen maximal optimierten Title Tag ist es essenziell, dass der wichtigste Suchbegriff an erster Stelle steht. Auch solltest Du darauf achten, dass Dein Title Tag nicht länger als 71 Zeichen ist. Zu lange Title Tags verkürzt Google automatisch und dein Text wird mit Punkten abgekürzt. Ästhetik geht anders!

Um den perfekten Title Tag zu erstellen haben wir Euch auf einen Blick die Do's und Don't's zusammengestellt.

☒ DOS

- **Wiederholungen:** Du darfst Dich in Deinem Title Tag ruhig wiederholen - Es dürfen allerdings nicht zwei gleiche Suchbegriffe direkt hintereinander stehen
- **Satzzeichen:** Kommas und Bindestriche
- Normale **Schreibweise** (Suchmaschinen sind nicht Case sensitive, das heißt, es wird nicht zwischen Groß- und Kleinschreibung unterschieden)

☒ DON'TS

- Zu **lange Title Tags** > 71 Zeichen
- Nur **Großbuchstaben** zu verwenden
- Zu **viele Wiederholungen**
- Achte darauf die **Anzahl der Zeichen** einzuhalten, um „...“ zu vermeiden

Ein guter Title Tag sieht wie folgt aus:

<TITLE>Firmenname - Keyword1 Keyword2 Keyword3</TITLE> das heißt im Fall der Media Company, könnte unser Title Tag so aussehen:

<TITLE>Media Company – Onlinemarketing, Webdesign, Düsseldorf</TITLE>

Abschließend möchten wir noch mal betonen, wie wichtig es für eine optimale Onpage Optimierung ist, dass **Tag und Content** Deiner Webseite übereinstimmen. Hierbei geht es nicht darum, Wort für Wort die gleichen Begriffe zu benutzen. Wenn Du Probleme hast einen guten Title Tag zu erstellen, helfen wir Dir gerne weiter. Oftmals entscheiden zunächst unscheinbare Faktoren, ob Deine Website

ein Erfolg bleibt oder in den tiefen der Google Listen verschwindet. Wenn Du allerdings die richtigen Onpage Tricks verwendest, kannst Du es schaffen, dass sich deine Webseite von anderen absetzt und nachhaltig erfolgreich bleibt.

2. META-DESCRIPTION

Die Meta Description gehört zur Onpage Optimierung und hat zwei Funktionen. Anhand einer guten Meta Description kann Deine **Seite indexiert** und **bewertet** werden. Außerdem dient die Meta Description als **Teaser** Deiner Webseite und soll den Nutzer dazu animieren, auf Deine Seite zu klicken.

Auch hier haben wir Dir die wichtigsten Kriterien für eine gute Onpage Meta Description zusammengefasst:

- Maximal **156 Zeichen**
- **Wichtige Keywords** sind enthalten
- Animierende und informierende textliche Gestaltung

Damit Deine Meta Description einer guten Onpage Optimierung entspricht, sollte die Description ein **schlüssiger, gut strukturierter Satz** sein, der den Themenbereich Deiner Webseite absteckt.

Einzelne Keywörter müssen also unbedingt vermieden werden, da diese den Nutzer nur selten zum Klick motivieren.

3. KEYWORD TAG

Bei der Onpage Optimierung sollten die Keywörter, die Du für Deine Meta Daten auswählst, **Content spezifisch** und **konkret** sein. Früher, wurden die Suchbegriffe, die der Google Nutzer in die Suchmaschine eingegeben hat, mit Deiner Webseite vernetzt, wenn Du die gleichen Keywörter in Deine Meta Daten eingegeben hast.

Heutzutage haben Keywörter allerdings nicht den Einfluss, den sie noch zu Anfangszeiten von SEO hatten. Google hat schnell erkannt, dass die meisten Webseiten Betreiber den Keyword Tag missbraucht haben, indem sie durch übermäßige, nicht Themen relevante Keywörter, Traffic auf ihrer Seite generiert haben. So wurde damals zum Beispiel, oft das Keyword *download* verwendet, auch wenn auf der Webseite keine Downloads angeboten wurden. Seit 2009 haben **Meta Keywords keinen relevanten Einfluss** mehr auf die Platzierung in Suchmaschinen.

Der Missbrauch von übermäßiger Verwendung von Keywords wird allerdings nach wie vor von Suchmaschinen bestraft. Das heißt, Deine Seite **verliert an Sichtbarkeit** oder erscheint im schlimmsten Fall nicht mehr auf Google.

Bei den in Deutschland üblichen Suchmaschinen spielen Meta Keywords keine Rolle mehr, allerdings hat man bei der russischen Suchmaschine [Yandex](#) noch eine Chance, das Ranking seiner Webseite durch Meta Keywords zu beeinflussen. Zusammenfassend kann man sagen, dass Keyword Tags heutzutage keine prägnanten Auswirkungen mehr auf das Suchmaschinen Ranking haben.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Meta Daten ist **robots.txt**. Mit robots.txt kannst Du Deine Webseite für [Crawler](#) freigeben und vorgeben, wie sich Crawler auf deiner Seite verhalten sollen. Crawler analysieren Deinen Content für die Suchmaschinen. Crawler müssen sich nicht an robots.txt halten, tun dies aber in der Regel. Robots.txt kann zum Beispiel angeben, wie oft Crawler deine Seite scannen sollen.

Neben robots.txt gibt es noch weitere Einstellungen mit denen Du Deine Seite durch SEO optimieren kannst. [Sistrix](#) bietet einen **SERP Snippet Generator**. Dieser zeigt Dir wie Deine Webseite, also dein Titel und deine Meta Description, auf Google erscheint. Snippets sind Dein Aushängeschild, mit denen Du potenzielle Nutzer auf deine Seite einlädst.

Hier ist unser SERP Snippet:

Media Company Düsseldorf: Online Marketing Agentur

<https://www.media-company.eu/> ▼

Strategische Kommunikation | individuelle Konzepte | nachhaltiges Online Marketing. Ihr innovativer Marketing-Mix. Webdesign, SEO, SEA, Social Media.

[Agentur](#) · [Karriere](#) · [Weitere Projekte](#) · [Impressum der Media](#) ...

INTERNE VERLINKUNGEN

Für das Ranking bei Google und Co. sind klar strukturierte interne Verlinkung wichtig. Mit internen Verlinkungen, oder auch **Rückverweisen**, schaffst Du es mit Deinem eigenen Content den Nutzer auf einen anderen **Themenbereich Deiner Webseite** zu leiten. Durch interne Verlinkungen sinkt die **Absprungrate** und Nutzer bleiben länger auf Deiner Seite.

Ein zusätzlicher Onpage Tipp von uns: Wenn Du Bilder als Links verwendest, solltest Du darauf achten, diese mit einem **Alt- bzw. Title-Attribut** zu versehen, da Google diese Informationen nur in Textform registriert.

CONTENT

Einen der wichtigsten Onpage Tipps, den wir Dir mit auf den Weg geben können, heißt: Content is king. Das heißt, der Inhalt Deiner Webseite muss qualitativ hochwertig sein. Content in Form von **Webtexten** ist für Google und Co. ein besonders wichtiger Ranking Faktor. Um Deine Webseite so zu gestalten, dass sie für Suchmaschinenrankings und für den Nutzer wertvoll ist, muss der Content im Rahmen Deiner zielführenden SEO Strategie optimiert werden. Inhalte, in denen sich nur stupide Auflistungen von Keywords befinden und keine wertvollen Informationen für den Besucher enthalten sind, werden nicht nur von Google abgestraft, sondern veranlassen den User dazu, schnell wieder wegzuklicken. Wie man so schön sagt: „Schuster bleib bei Deinen Leisten.“ Konzentriere Dich auf die Inhalte, die Du auf Deiner Website vermitteln möchtest. Dabei ist es wichtig, keinen Inhalt von anderen Webseiten zu kopieren! **Google** erkennt [Duplicate Content](#). Duplizierungen die unvermeidbar sind, wie zum Beispiel rechtliche Angaben in einem Webshop, wirken sich nicht

negativ auf das Suchmaschinen Ranking aus. Wenn Deine Website allerdings voll von Keywörtern ist, die nichts mit dem ursprünglichen Content zu tun haben, können alle Websites, die sich mit den selben Inhalten beschäftigen, wertvolle Ranking Platzierungen verlieren. Im schlimmsten Fall droht Google mit Abstrafung und einer Zurücksetzung im Ranking.

Wenn Du Deinen Content mit Bildern aufwerten möchtest, musst Du darauf achten, dass diese mit einem alternativen Text beschriftet werden müssen. Nur anhand von Text kann Google den Inhalt Deiner Webseite analysieren und identifizieren.

SEO MASSNAHMEN: OFFPAGE OPTIMIERUNG

Offpage Optimierung umfasst im Gegensatz zur Onpage Optimierung alle Techniken, die „**außerhalb der Seite**“ stattfinden und für den Website Betreiber teilweise schwieriger zu beeinflussen sind. Backlinks beziehungsweise Verlinkungen sind zum Beispiel ein zentraler Bestandteil der Offpage Suchmaschinenoptimierung.

BACKLINKS – EXTERNE VERLINKUNGEN

Links spielen nicht nur bei internen, sondern auch bei externen Verlinkungen eine Rolle. Im Gegensatz zu internen Links hat man auf Backlinks keinen direkten Einfluss, da andere Webseiten Betreiber sich dazu entscheiden, Deine Webseite auf Ihrer zu verlinken. Das passiert, wenn Dein Content relevant und für viele Menschen interessant ist. [Backlinks](#) eignen sich außerdem gut dazu, den Nutzer auf eine Reise durch das World Wide Web zu schicken, da der User sich durch Themen relevante Websites klicken kann. Durch Backlinks kannst Du auch Deine **Link Popularity** steigern. Man spricht von Link Popularität, wenn Deine Webseite sehr häufig auf anderen Webseiten verlinkt ist. Link Popularity erhöht Dein Ranking innerhalb der Suchmaschinenergebnisse. Wenn Deine Webseite oft verlinkt wird, registriert Google, dass Dein Content wichtig und für andere Menschen interessant ist und platziert Deine Website höher als andere. Es kommt allerdings nicht nur darauf an, wie viele externe Verlinkungen Deine Website erzielt, sondern auch darauf, welche Webseite Deine Seite verlinkt. Besitzt eine Website selbst viele gute externe Links und hat demnach einen hohen **Pagerank**, dann wird eine Verlinkung dieser Website von Google **höher bewertet, als eine Verlinkung von einer Website mit niedrigem PageRank**.

Ein Tipp für Dich: Wenn Du andere Webseiten verlinkst, dann achte darauf, dass externe Links funktionieren und einen wirklichen Mehrwert für User geben. Für Besucher Deiner Webseite ist es nämlich sehr ärgerlich, wenn sie auf einen Link klicken und auf eine andere Website gelangen, die rein gar nichts mit dem gewünschten Thema zu tun hat. Das wirft natürlich im Umkehrschluss ein schlechtes Licht auf Dich und deine Website.

WEBLOG

Ein weiteres Mittel der Offpage Optimierung sind Weblogs oder auch **online Tagebücher**. Weblogs sind eine gute Möglichkeit, um schnell neue Informationen zu verbreiten. Wenn dein Blog

erfolgreich ist und von vielen Webseiten verlinkt wird, kannst Du einen besonders hohen PageRank erzielen. Ein Tipp um Deinen Weblog **gewinnbringend** zu gestalten, ist den Blog permanent zu optimieren und zu aktualisieren. Wichtig ist es nämlich, dass Du Deinen Blog so **zeitgemäß** wie möglich gestaltest, um Dich von Deiner Konkurrenz abzugrenzen und Dir so einen Vorsprung verschaffst. **Externe Verlinkungen** (Backlinks) aus Blogs sind daher besonders effektive und wertvolle **Ranking Faktoren**, um auch das Ranking Deiner dazugehörigen Webseite zu verbessern und werden von Google und Co. positiv bewertet.

<https://www.youtube.com/watch?v=8sEpxrLfNFA>

Wenn Du diese Tipps berücksichtigst und kontinuierlich am Ball bleibst, wirst Du schon bald Verbesserungen im Google Ranking erreichen. Bei Fragen, wie Du Deine Website Offpage oder Onpage maximal optimieren kannst, wende Dich gerne an [uns](#). Wir freuen uns auf Dich!

**(QUELLE:HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=8SEPXRLFNFA; STAND:
21.06.2017)**