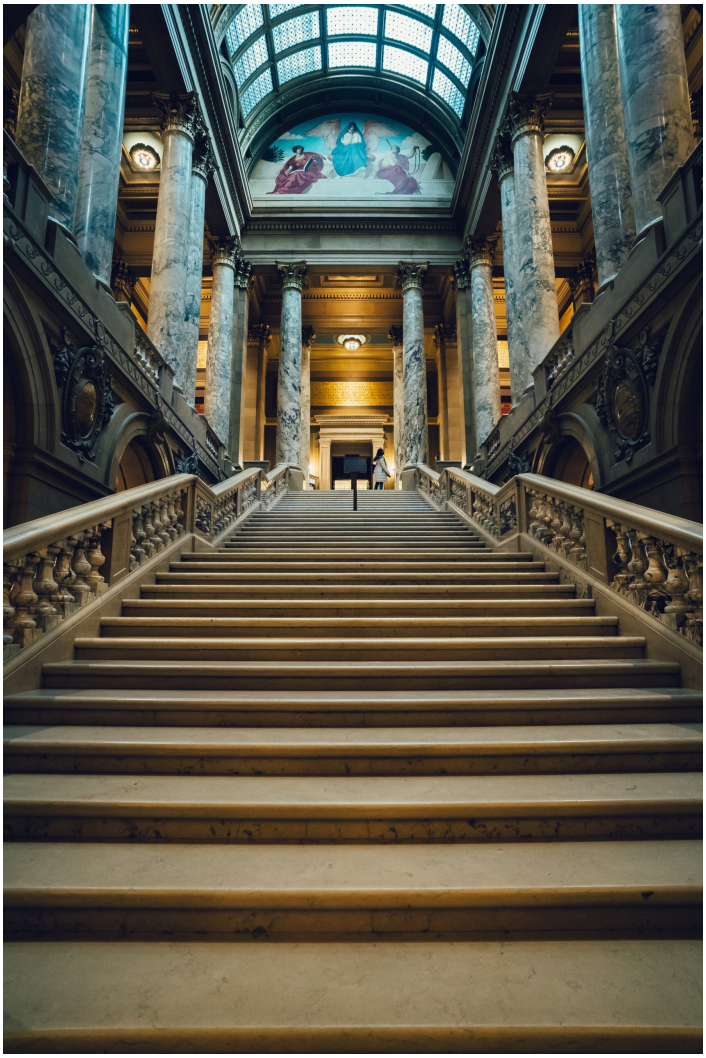
ONPAGE – OFFPAGE OPTIMIERUNG



Veröffentlicht am 8. Juni 2011 von Theresa

Bei der Suchmaschinenoptimierung ist oft die Rede von Onpage und Offpage Optimierung. Doch was verbirgt sich eigentlich dahinter und welche Dinge sind dabei zu beachten [...]

Bei der Suchmaschinenoptimierung ist oft die Rede von **Onpage** und **Offpage Optimierung**. Doch was verbirgt sich eigentlich dahinter und welche Dinge sind dabei zu beachten? Wir haben hier eine kleine Auswahl an wichtigen Onpage bzw. Offpage Optimierungsmethoden zusammengefasst.

Was sind Onpage Optimierungsmethoden?

Die Onpage Optimierung beschreibt - wie der Name schon sagt - alle Techniken der Suchmaschinenoptimierung, die „**auf der Seite**“ vorgenommen werden. Also all die Dinge, die man als Betreiber selbst beeinflussen kann.

Domainname

Sie haben noch keine eigene Website, spielen aber mit dem Gedanken sich Ihre eigene Webpräsenz aufzubauen? Dann sollten Sie sich bereits im Vorfeld gut überlegen, wie Ihre Domain

heißen soll. Ihre www-Adresse sollte auf jeden Fall **Bezug zu Ihrem Unternehmen bzw. Produkt** aufweisen und nicht zu lang und kompliziert sein. Ein **kurzer** und **aussagekräftiger** Domainname bleibt bei den Usern besser hängen und wird sofort mit Ihrem Unternehmen in Verbindung gebracht. Sinnvoll ist es auch wichtige **Keywords** in den Domainnamen zu integrieren, denn das spielt beim Ranking eine Rolle. User gestalten ihre Suchanfrage oft so, dass sie nach einer Diensleistung oder Produkt in einem ganz bestimmten Ort suchen. Wenn Sie also ganz weit oben ranken wollen, dann sollte auf jeden Fall auch der **Name des Ortes** in der Domain auftauchen. Sie haben eine Bäckerei in Kleve? Dann würde sich als Domain folgende Kombination sehr gut anbieten: www.baeckerei-kleve.de.

Meta Tags

Meta Tags bzw. Meta Daten beinhalten wichtige Daten über Ihre Website und liefern Google und Co. wertvolle Informationen. Besonders **Title-Tag**, **Meta-Description** und **Keyword-Tag** sollten bei jeder Website eingetragen und optimal auf Ihre Suchbegriffe angepasst werden. Denn sie sind nicht nur für das Suchmaschinen-Ranking von großer Bedeutung, sondern liefern auch dem User einen optimalen Überblick darüber, ob Ihre Website für seine Suche relevant ist.

Interne Verlinkungen

Für das Ranking bei Google und Co. spielt auch eine **klar strukturierte interne Verlinkung** eine wichtige Rolle, d.h. die Verlinkungen, die innerhalb einer Webpräsenz aufgebaut werden. Wenn Sie Bilder als Links verwenden, dann sollten Sie darauf achten, diese mit einem **Alt- bzw. Title-Attribut** zu versehen. Denn Suchmaschinen brauchen Informationen in Form von Text.

Content

Man kann es nicht oft genug erwähnen: Bieten Sie Inhalt – und zwar qualitativ hochwertigen. Content in Form von **Webtexten** ist für Google und Co. noch immer ein ganz besonders wichtiger Ranking-Faktor. Achten Sie dennoch darauf, dass Sie die Texte für Menschen schreiben und nicht für Suchmaschinen. Inhalt, in dem sich nur eine stupide Auflistung von Keywords befindet und keine wertvollen Informationen für den Besucher, werden nicht nur von Google und Co. abgestraft, sondern veranlassen auch den User schnell wieder wegzuklicken. Ebenso sollten Sie auch **keinen Inhalt von anderen Websites kopieren**, denn Suchmaschinen erkennen diesen “duplicate content“. Versehen Sie **Bilder** stets mit einem **alternativen Text**, denn so können nicht nur Suchmaschinen das Bild identifizieren, sondern auch Sie Ihre Website **barrierefrei** und für Menschen mit Handicap zugänglich machen.

Einige Tipps zur Offpage Optimierung

Offpage Optimierung umfasst im Gegensatz zur Onpage Optimierung alle Techniken, die „**außerhalb der Seite**“ stattfinden und für den Website-Betreiber nicht direkt zu beeinflussen sind. Links bzw. Verlinkungen spielen dabei eine ganz besondere Rolle.

Externe Links

Sie wollen bei Google und Co. gut ranken? Dann sind externe Links wichtig. Dabei kommt es nicht

nur darauf an, wie viele Links Sie haben, sondern auch wie gut sie sind. Besitzt eine Website selbst viele gute externe Links und hat demnach einen **hohen PageRank**, dann wird ein Link von dieser Website auf Ihre von Google und Co. **höher bewertet**, als ein Link von einer Website mit einem niedrigen PageRank. Achten Sie darauf, dass externe Links auch etwas mit dem **Thema** Ihrer Website zu tun haben. Für User ist es nämlich sehr ärgerlich, wenn sie auf einen Link klicken und auf eine Website gelangen, die rein gar nichts mit Ihrem Thema zu tun hat.

Weblog

Weblogs, also **digitale Tagebücher**, stellen eine gute Möglichkeit dar, um schnell neue Informationen an den Mann zu bringen. Außerdem haben sie einen besonders hohen PageRank, da sie **ständig aktualisiert** und mit neuen Informationen gefüttert werden. Externe Verlinkungen aus Blogs sind daher besonders effektive und wertvolle Ranking-Faktoren und werden von Google und Co. positiv bewertet.

Besucherverhalten

Google und Co. erkennt, wie lange Besucher auf Ihrer Website waren, welche Unterseiten sie angeklickt haben und über welchen Link sie auf Ihre Seite gelangt sind. Diese Informationen sind für die Suchmaschinen sehr wichtig, da sie ihnen Aufschluss über die **Qualität** und **Relevanz** Ihrer Website liefern und die Seite dementsprechend bewerten. Bieten Sie Ihren Besuchern daher eine tolle Webpräsenz mit schönen Bildern, informativen Webtexten und einem gut strukturierten und übersichtlichen Seitenaufbau. Laden Sie Ihre Besucher ein, länger auf Ihrer Website zu verweilen und öfter mal bei Ihnen vorbeizuschauen.