

3 SEO-MYTHEN, DIE SIE GETROST VERGESSEN KÖNNEN

Veröffentlicht am 15. Januar 2013 von Annette

Suchmaschinenoptimierung ist ein kompliziertes Thema. In den letzten Jahren hat sich besonders viel bei Google getan und [...]

Suchmaschinenoptimierung ist ein kompliziertes Thema. In den letzten Jahren hat sich besonders viel bei Google getan und viele althergebrachte Methoden, um Seiten gut in den Suchergebnissen zu positionieren, gelten inzwischen als veraltet. Wir haben mit drei besonders hartnäckigen Mythen für Sie aufgeräumt.

Platz 1 in den Suchergebnissen ist das einzig Wahre

Hierbei handelt es sich um einen beliebten Irrglauben. Natürlich gehört es mittlerweile zum Grundwissen eines jeden Webworkers, dass **die ersten drei Plätze** in den Suchergebnissen der Ort sind, wo man als Unternehmen mit seiner Webseite hin will. Aber in manchen Fällen sollte man eine Beurteilung nicht so eindimensional vornehmen. Es ist durchaus möglich, dass eine Webseite genauso erfolgreich ist, wenn sie auf **Seite 2 in den oberen Rängen** steht oder mit Beiträgen mit **Autorenprofil** aufwarten kann. Dabei handelt es sich um einen neuen Kniff von Google namens AuthorRank, mit dem sich kleine Autorenfotos neben Blogbeiträgen in der Ergebnisliste anzeigen lassen.

Keywords müssen genau mit den Suchwörtern übereinstimmen

Es gibt keinen Grund, wie früher sklavisch ein und dasselbe Keyword in einem Text so oft zu wiederholen, bis eine bestimmte Keyworddichte (früher ging man von 5% aus) erreicht ist. Vor allem Google ist über die Jahre klüger geworden und sucht nach anderen Kriterien. Natürlich sind Keywords immernoch sehr wichtig, aber es gibt **keinen Richtwert für die Dichte** mehr, weil Google auch **verwandte Wörter und Phrasen** erkennt und diese mit in die Suche einbezieht. Manche Suchmaschinenoptimierer gehen gar davon aus, dass es genüge, ein Keyword einmal im Seitentitel, in der Seitenbeschreibung, in einer Überschrift und einmal im Text vorkommen zu lassen. Wir meinen, um mit dieser Kombination eine gute Position zu erreichen, muss an anderen Stellen viel für die Suchmaschinenoptimierung getan werden.

Social Media hat nichts mit Suchmaschinenoptimierung zu tun

Es gibt Menschen da draußen, die glauben noch immer, dass Aktivitäten in sozialen Netzwerken keinen Einfluss auf die Suchergebnisse von Google & Co. haben. Dabei hat Google mit **Social Search** bereits einen Dienst gestartet, der in der Ergebnisliste auch Resultate aus dem eigenen Google+-Freundeskreis bereit stellt, sofern man eingeloggt ist. Der Trend zu **personalisierten Suchergebnissen** wird sich weiter fortsetzen und damit Social Media in den Mittelpunkt jeder

Suchmaschinenoptimierung stellen.

Und falls Sie jetzt ungläubig eine Augenbraue hochziehen, vergessen Sie nicht: Google ist ein dynamischer Organismus und Suchmaschinen sind nicht objektiv und zeitlos. Dementsprechend wandelbar ist auch Suchmaschinenoptimierung und jedes Google-Ranking.

Fallen Ihnen noch weitere SEO-Mythen ein? Wir freuen uns über Ergänzungen!