SO NICHT: 6 HÄUFIGE SEO-IRRTÜMER

Veröffentlicht am 8. Januar 2014 von Rüdiger

Viele Kaufentscheidungen werden heutzutage im Internet getroffen. Wer deshalb mit seinem Geschäft online gefunden werden will, kommt um Suchmaschinenoptimierung (SEO) nicht herum. Doch nicht alle vermeintlichen SEO-Weisheiten sind auch welche. Im Folgenden finden Sie verbreitete Irrtümer, die Sie bei der Optimierung Ihrer Webpräsenz getrost ignorieren können.

DIE SEO-IRRTÜRMER:

1. **Der zweite Sieger ist der erste Verlierer:** Für Ihre Webpräsenz ist der 1. Platz im Suchmaschinen-Ranking der Idealfall. Auf kein Suchergebnis klicken mehr Suchende. Man darf aber nicht vergessen, dass sich auch der Zweitplatzierte als Gewinner fühlen kann. Denn bei beliebten Suchbegriffen können neben der Nummer 1 ebenso schlechter platzierte Webseiten wahre Besuchermagneten sein.
2. **Bei Google-Bewertungen zählt die Menge:** Empfehlungen in Google-Diensten sind beste Werbung für Ihr Geschäft. Doch für Ihr Ranking ist nicht nur die Zahl der positiven Urteile über Ihre Produkte oder Dienstleistungen entscheidend: Denn Google legt Wert auf Natürlichkeit. Wenn die Bewertungen etwa von verschiedenen Diensten stammen, schenkt Ihnen der Suchmaschinenriese eher sein Vertrauen als vielen gleichartigen Einträgen bei einem einzigen Dienst.
   Was Sie tun können: Lassen Sie sich empfehlen. Bitten Sie Ihre Kunden doch mal, Ihre Zufriedenheit im Internet kund zu tun.
3. **Links sind wichtiger als der Inhalt:** Wenn eine Vielzahl an Links auf Ihre Seite führen, ist das

wie ein Gütesiegel. Quantität ist jedoch nicht alles. Wenige hochwertige Links können den gleichen Effekt wie viele von geringerer Qualität haben. Die Suchmaschinen wollen ihren Nutzern Webpräsenzen mit guten Inhalten bieten. Daher genügt es nicht, nur auf die Zahl der eingehenden Links zu setzen.
Was Sie tun können: Für die Offpage-Optimierung Ihrer Webpräsenz eignen sich beispielsweise Links von Ihren Lieferanten. Diese können den Endkunden mit einem Link zu Ihrer Webpräsenz den Weg zu ihrem eigenen Produkt weisen.

4. **Nutzerfreundlichkeit und SEO sind zwei verschiedene Paar Schuhe:** Das ist falsch. Die Suchmaschinen möchten den Suchenden brauchbare Ergebnisse liefern. Aus diesem Grund werden Google und Konsorten keine langen Ladezeiten oder eine undurchsichtige Seitenstruktur dulden. Wer eine Webpräsenz mit einem klaren Aufbau und kurzen Antwortzeiten erstellt, hat bessere Chancen auf ein gutes Ranking.
5. **Die Ortsnennung verbessert die lokale Auffindbarkeit:** Sie wollen bei einer Suche in Ihrem Ort leicht gefunden werden? Dann macht die Nennung des Ortsnamens Sinn. Sie dürfen es aber nicht übertreiben. Kommt der Namen des Ortes in jedem Satz vor, vielleicht sogar mehrmals, kommt das bei den Suchmaschinen schlecht an. Mit lokalen Inhalten (z. B. Fotos von Ihrem Geschäft) können Sie dagegen punkten.
6. **Google vergibt Lizenzen:** Lassen Sie sich nicht von lizenzierten Google-SEO-Experten hinters Licht führen. Der Suchmaschinenkonzern stellt zwar Zertifikate (z. B. Google Adwords Professional) aus, Lizenzen allerdings nicht. Es ist nicht verboten, sich als Google-SEO-Spezialist zu bezeichnen, mehr als Augenwischerei ist es aber nicht.

Wer die richtigen SEO-Maßnahmen ergreift, kann im Internet problemlos gefunden werden. Das ist heute so wichtig wie noch nie. Manche Maßnahmen müssen Sie selbst durchführen, bei den übrigen können unsere Partner voll auf uns zählen. Wir halten uns beim Thema SEO stets auf dem Laufenden, um Ihnen immer aktuelle Lösungen bieten zu können. Unsere Media Company hat ein SEO-Paket für Sie geschnürt, dass Sie im Ranking nach oben bringt. Und das nicht nur für kurze Zeit, sondern nachhaltig.

Thumbnail Image: Verbotener Weg von sebastiankauer via CC BY-SA 2.0.