



## 2022: Ultimative SEO-Tipps für Webseiten-Betreiber

Lies diesen Text vollständig durch und ich garantiere dir eine Verbesserung deines Ranking bei den Suchmaschinen. Du erhältst viele wichtige SEO-Tipps und Hinweise, die in ihrer Vollumfänglichkeit einen echten Mehrwert schaffen. Über Erfolg entscheiden oft Kleinigkeiten, welche man gerne übersieht oder unbeachtet lässt. Auch wenn du einiges oder vielleicht auch vieles bereits kennst, lies den Text vollständig. Manchmal fehlt nur ein kleiner Punkt, der zum Erfolg führt. Nimm dir die Lesezeit von 20 Minuten und du wirst sicher einen Nutzen ziehen, der sich in höheren Gewinnen auswirkt. Du kannst den Text auch kopieren oder downloaden.

### Einführung

Jeder Webseiten-Betreiber hat sich bereits mindestens ein Mal gefragt, wie man es in einer Zeit stetigen Wandels und hohem Konkurrenzkampf mit seiner Webseite im Google-Ranking ganz nach oben schafft. Das spart sehr viel an Werbeausgaben und bringt zudem mehr Umsatz. Wird die Webseite bei Google auf den vordersten Plätzen aufgelistet, trudeln von alleine Anfragen und Aufträge ein. Ein Traum für jeden Webseitenbetreiber.

Mit einem weinenden Auge schaust du gerade vielleicht zu, wie einer deiner Mitbewerber von Platz 1 auf dich runter schaut. Dabei hat er nicht einmal die besseren Inhalte oder Angebote. Das ist frustrierend. Manche Webseiten-Betreiber versuchen mit einer schriftlichen Beschwerde Google davon zu überzeugen ihre Webseite besser zu ranken. Ihre vorgetragenen Argumente über Inhalt und einem besseren Angebot sind oft zutreffend, doch Google bewegt sich auf solche Schreiben keinen Millimeter. Das sorgt bei den Betroffenen für Resignation. Denn je höher die eigene Webseite rankt, desto mehr Besucher und Umsätze werden generiert.

Die gute Nachricht ist: Du kannst ebenfalls den 1. Platz im Google-Ranking einnehmen. Die nachfolgende Checkliste hilft dir ein hohes Google-Ranking auf der 1. Suchergebnisseite zu erzielen.



Die Lösung heisst SEO und bedeutet Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization). Sie wird als Wissenschaft für sich bezeichnet. Dabei ist die gezielte Optimierung der Webseite für eine bessere Sichtbarkeit im Netz einfach. Von großer Wichtigkeit hierbei ist mit dem stetigen Wandel Schritt zu halten. Für Unternehmer ist

das zeitlich meistens nicht möglich, weshalb SEO-Spezialisten herangezogen werden. Allerdings gilt es bei der Auswahl eines SEO-Spezialisten einige sehr wichtige Punkte zu beachten, da ansonsten viel Geld ohne Mehrwert investiert wird.

Ein guter SEO-Spezialist kann dem Webseitenbetreiber eine signifikante Erhöhung des Traffics verschaffen. Allerdings muss er wirklich gut sein! Lies unbedingt den Artikel was bei der Auswahl eines SEO Spezialisten beachtet werden muss. Die Tipps und Hinweise in diesem Artikel helfen dir unnötige Fehler zu vermeiden, viele 1.000 Euros zu sparen und das Beste für dein investiertes Geld ohne Risiken für dich heraus zu holen. Das heißt, mehr Geld zu verdienen als investiert wurde. Zudem ist der Vorteil bei Beauftragung eines SEOs, dass man seine kostbare Zeit in die Optimierung seines Geschäftes mit freiem Kopf investieren kann. Denn SEO ist nunmal zeitintensiv, was sich viele Unternehmer nicht leisten können. Wenn auch du hiervon betroffen bist, spar dir den Aufwand und Ärger, nimm die Abkürzung und lies den Artikel auf was bei der Beauftragung eines SEOs geachtet werden muss:

### [Was sollte bei der Auswahl eines SEO beachtet werden](#)

## SEO-Tipps - Inhaltsverzeichnis

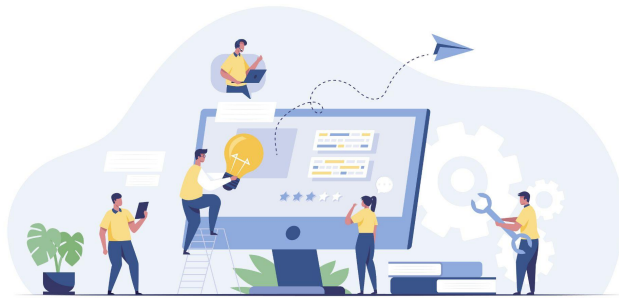
- ① **Allgemeines**
- ② **Keywords**
- ③ **Titel**
- ④ **Inhalt**
- ⑤ **Meta-Beschreibung**
- ⑥ **URL richtig gestalten**
- ⑦ **Tipps zu Überschriften**
- ⑧ **Bilder & Videos**
- ⑨ **Aufbau & Design**
- ⑩ **Benutzererfahrung**
- ⑪ **Backlinks**
- ⑫ **OnPage Links**
- ⑬ **Soziale Medien**
- ⑭ **Negatives**
- ⑮ **Abschließendes**

## Allgemeines

Fangen wir mit den allgemeinen SEO-Grundlagen an!

Die Formel für Top-Rankings lautet: Gut optimierte Inhalte und Backlinks. Beides ist wichtig und sollte bewusst optimiert werden.

Google's Ziel sind zufriedene Besucher. Darum liefere deinem Besucher den maximalen Mehrwert. Beachte: Was gut für den Besucher ist, ist auch gut für die Suchmaschinen.



Sei Dir bewusst, dass SEO Zeit braucht und Geld kostet. Google benötigt laut eigenen Angaben 4 bis 12 Monate, bis Änderungen und neue Backlinks vollständig indexiert sind. Viele Webseiten-Besitzer werfen nach einigen Wochen das Handtuch, weil sie keine Verbesserung im Google-Ranking sehen. Das ist der größte Fehler den du

begehen kannst. Deine Rankings werden kommen. Bleib einfach dran und arbeite tüchtig weiter.

## Woorank - Ein wichtiges Analyse-Tool

SEO-Tools sind teilweise sündhaft teuer. Ein SEO-Profi gibt im Monat locker über 1.000 USD aus. Das braucht ein normaler Webseiten-Besitzer nicht. Du solltest dir allerdings ein gutes Analysetool zulegen. **Woorank** bietet dir in der kostenlosen Version alle wichtigen Informationen zu deiner Webseite und die deiner Mitbewerber an. Du siehst mit einem Mausklick was und wo auf deiner Webseite verbessert werden muss.

## Keywords

Finde geeignete Keywords für deine Seite, die ein vernünftiges Suchvolumen und keine allzu starke Konkurrenz ausweisen. Verzichte auf Keywords die nichts mit deinem Angebot zu tun haben. Google ist mittlerweile so schlau um zu erkennen, ob ein Keyword auch mit dem Angebot der Webseite übereinstimmt.

Der **Google Keyword-Planer** ist ein guter Helfer bei der Zusammenstellung und Auswahl der richtigen Keywords.



Keyword - Analyse

Überlege dir vorher genau, welche Intention hinter einem Keyword steckt. Optimierte nur auf die Keywords, die dich und deine Seite wirklich weiterbringen. Du musst nicht viele, sondern passende Keywords benutzen. Google nimmt dir viel Arbeit ab, indem es ein Kernkeyword mit bis zu tausenden Unterkategorien verbindet. Überlege welche Kernkeywords für die Inhalte deiner Webseite zutreffen.

Analysiere deine Konkurrenz – Schau dir an, für welche Keywords deine Mitbewerber ranken. Da sind sicherlich auch ein paar gute Keywords für dich mit dabei.

**Ahrefs Backlink-Checker** ist ein hilfreiches Tool. Es zeigt dir neben dem Domain- und URL-Rating die stärksten Keywords und Anchor-Texte deiner Mitbewerber an. Zudem wird angezeigt um welche Art von Backlink es sich handelt, wie image, content, redirect, dofollow, nofollow, etc. Für normale Webseiten-Besitzer reicht die kostenlose Version des Ahrefs-Tools vollkommen aus.

Schau dir die ersten 10 Ergebnisse an und überlege, wie schwierig es wird, für dein Keyword zu ranken. Wenn viele starke Seiten wie Wikipedia, Frankfurter Zeitung, New York Times, etc. auftauchen, ist ein anderes Keyword vielleicht besser. Zum Beispiel kann ein Malerbetrieb mit einem Niche-Keyword wie einer bestimmten „Walztechnik“, die auf der Webseite näher beschrieben wird, einfacher auf die vordersten Plätze kommen.

Es ist besser, für ein Keyword mit weniger Suchanfragen ganz vorne zu ranken, als für ein Keyword mit vielen auf Seite 2. Generell gibt dir ein Ranking auf der 1. Seite eine bessere Reputation.

Die Besucher deiner Webseite suchen nach bestimmten Informationen. Enttäusche sie nicht mit Unwichtigem, da sie binnen Sekunden wieder weg sind. Fokussiere dich auf deine Expertise und die Themen, bei denen du am meisten Mehrwert liefern und die Besucher beim Lesen fesseln kannst. Je länger die Besucher auf deiner Webseite sind, desto wichtiger wird sie für die Suchmaschinen. Das belohnen die Suchmaschinen mit mehr Traffic.



## Titel

Dein Titel sollte primär Interesse und Neugierde wecken. Je interessanter dein Titel, desto mehr Leute klicken darauf und desto höher wird deine Webseite bei Google angezeigt.

Optimiere die Homepage für deine Marke. Generell gilt auf der Startseite den Markennamen zu konzentrieren und diesen in den Titel zu packen. Auf den Titeln der Unterseiten sollte der Markenname weggelassen werden.

Jeder Seite sollte ein individueller Titel zugewiesen werden. Vermeide doppelten Content.

Schreibe wenn möglich dein Keyword am Titelanfang. Google mag das! Zudem weiß der Besucher sofort, dass deine Seite für seine Suchanfrage relevant ist.

Dein Titel sollte nicht über 60 Zeichen beinhalten, da er ansonsten in den Suchergebnissen abgeschnitten und durch Punkte ersetzt wird. Mehr Zeichen sind erlaubt, wenn sie gezielt die Neugierde des Lesers wecken sollen. Bedenke jedoch, dass er dann auf deiner Webseite mit der Fortsetzung des Textes gefesselt werden muss.

Ein Todsünde ist das Keyword im Titel mehrmals zu verwenden. Das ist unprofessionell und kann von den Suchmaschinen als Spamming gewertet werden, was zu einer Abstrafung deiner Webseite führen kann.

## Inhalt

Bei langen Texten ist ein Inhaltsverzeichnis mit Hyperlink ein Muss. Gerade bei langen Texten interessiert sich der Besucher vielleicht für ein bestimmtes Themengebiet, welches er im Inhaltsverzeichnis sofort sieht und mit einem Klick an die gewünschte Stelle gelangen kann.

Ohne hochwertigen Inhalt wird deine Webseite nie ganz vorne gelistet. Erstelle hochwertige Inhalte und du hast schon mehr als die halbe SEO-Miete. Deine Inhalte sollten einzigartig sein und das Thema allumfassend abdecken. Prüfe ob das beim aktuellem Inhalt zutrifft. Wenn nein überarbeite deine Texte.

Einige SEOs empfehlen Inhalte von nur 300 Wörtern. Sicher ist mit solch einer niedrigen Anzahl ein gutes Ranking erreichbar. Aber hierzu benötigt deine Webseite viele und gute Backlinks von autoritären Webseiten. Studien zeigen auf, dass längere Texte in den Suchergebnissen weiter oben angezeigt werden. Aber auch hier gilt Qualität geht vor Quantität. Das richtige Maß ist entscheidend.

Es bringt wenig ewig lange langweilige und inhaltslose Texte zu schreiben. Genauso wenig bringen viele kurze Artikel einen Vorteil. Wie reagierst du, wenn dir Artikel präsentiert werden, die nichts oder wenig mit deiner Suchanfrage (Keyword) zu tun haben und zudem künstlich in die Länge gezogen wurden? Oder noch schlimmer, der Text wurde offensichtlich in kleine Mini-Artikel

zerstückelt, die zudem einen aufdringlichen Verkaufscharakter ausweisen? Versetze dich in deine Besucher hinein und biete ihnen nach was sie suchen.



Sofern keine historische Daten gesucht werden, wollen Google und die Besucher aktuelle Informationen haben. Halte deine Seiten auf dem neusten Stand und aktualisiere deine Beiträge regelmäßig, wenn es neue Informationen dazu gibt. Sollten keine Ergänzungen anstehen, solltest du alle 3-4 Monate Erstellungsdatum, Überschriften und Einleitungen deiner Texte zumindest leicht abändern, um Google die Aktualität anzuzeigen.

Begehe nicht den Fehler deine Webseite mit unzähligen Keywords zu überfrachten. Konzentriere dich auf ein maximal zwei Kernkeyword. Ein Gesundheitsportal schreibt auf jeder Seite über eine Krankheit die beworben wird. Man kann nicht 10 Krankheiten auf einer Seite beschreiben, weil es mehr Keywords sind. Das ist Keyword Kannibalismus. Das heißt, teile deine Themen auf mehrere Seiten auf.

Mach dir keinen Kopf über Keyword-Dichte – Du brauchst dein Keyword nicht 248 Mal im Text zu schreiben, damit Google checkt, worum es bei dir geht.

Früher spielte die Keyword-Dichte eine wichtige Rolle. Viele Webseiten-Betreiber glauben, das Keyword sehr oft zu erwähnen bringt ihnen Vorteile und verkünsteln dabei den Inhalt. Das Keyword sollte maximal 3% des Textes ausmachen, da ansonsten die Suchmaschinen es als Spamming einstufen und deine Seite abstrafen könnten. Das Beste ist du schreibst einfach und natürlich.

**LSI-Keywords:** Setze themenrelevante Keywords ein, um deinem Text noch mehr Wichtigkeit zu geben. Wenn du bei Google nach einem Keyword suchst, siehst du in der Ergebnisaufstellung die verwandten Suchbegriffe.

Hebe wichtige Wörter hervor, indem sie markiert, unterstrichen oder fett erscheinen.

Setze Multimedia wie Videos, Bilder, Slideshows, Tools, Studien & Umfragen ein. Dadurch kannst du die Aufenthaltsdauer erhöhen und so auch dein Google-Ranking verbessern. Google misst die Aufenthaltsdauer deiner Besucher. Wenn es sieht, dass die Besucher länger bleiben, belohnt es das mit mehr Traffic. Mit spannenden und fesselnden Texten kannst du die Aufenthaltsdauer verlängern.

## Meta-Beschreibung

Die Metabeschreibung gleicht einem kurzen Werbetext, der bei der Auflistung in der Suchergebnisliste angezeigt wird. Je anziehender deine Beschreibung ist, desto mehr Klicks erhältst du. Sag in wenigen Worten, worum es auf deiner Seite geht.

Dein Keyword sollte unbedingt in die Meta-Beschreibung, da es in den Suchergebnissen fett angezeigt wird. User klicken eher auf Suchergebnisse, die ihre angefragten Keywords beinhalten!

Die Beschreibung sollte nicht länger als 160 Zeichen sein, da sie sonst abgeschnitten und durch Punkte ersetzt werden. Einzige Ausnahme ist wie beim Titel gezielt mehr Zeichen zu verwenden, um die Neugierde des Lesers zu wecken.

## URL richtig gestalten

Bedenke, dass die URL in den Suchergebnissen angezeigt wird. Das dort enthaltene Keyword der Suchanfrage, wird fett angezeigt. Wie oben bereits geschrieben, zieht die fette Darstellung des Keywords die Aufmerksamkeit auf dein Ergebnis.



Platziere dein Keyword in der URL vorne im Text, so dass der Besucher sofort weiss, dass er auf der richtigen Seite ist. Google mag es, wenn dein Keyword weit vorne im Text auftaucht.

Verwende kurze und aussagekräftige URLs die im Zusammenhang mit dem Inhalt deiner Webseite stehen. Lange URLs werden in der Auflistung der Suchergebnisse abgeschnitten und sollte daher vermieden werden.

Vermeide codierte URLs wie: [www.meineDomain.com/dfr?sdq](http://www.meineDomain.com/dfr?sdq)

Sicher kannst du den User mit deinem Titel und Meta-Beschreibung anziehen. Aber Fakt ist, dass durch codierte URLs Potential verloren geht.

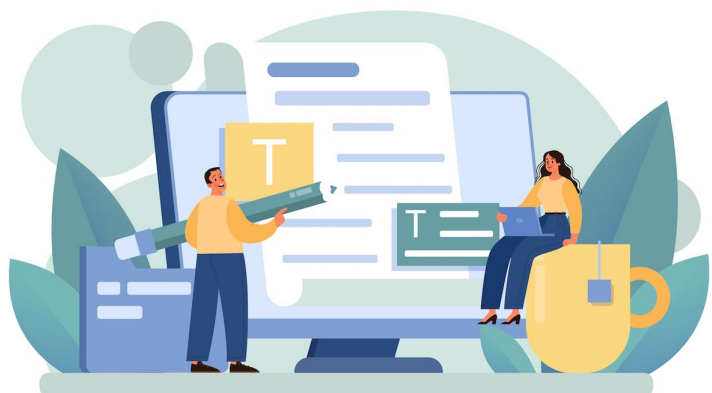
## Tipps zu Überschriften

Folgende Überschriften sind geläufig:

- Überschrift H1 - < h1 >-Tag
- Unterüberschrift H2 - < h2 >-Tag
- Unterüberschrift H3 - < h3 >-Tag, für alle Unterüberschriften von H2
- Unterüberschrift H4 - < h4 >-Tag, für alle Unterüberschriften von H3

Überschriften (h1) werden mit dem < h1 >-Tag gekennzeichnet. Sie sollten auf jeder deiner Webseiten jeweils ein Mal verwendet werden und einmalig vorkommen. Mehrmals die gleiche Überschrift zu verwenden mögen die Suchmaschinen nicht.

Die Überschrift ist nach wie vor ein wichtiger Ranking-Faktor, in der dein Keyword beinhaltet sein sollte.



In den Unterüberschriften H2, H3, H4 solltest du die im Contentbereich erwähnten LSI-Keywords verwenden, die du unter anderem in der Auflistung der Suchergebnisse ganz unten aufgelistet bekommst. Dadurch steigert du die Wichtigkeit deines Inhalts, da die Suchmaschinen sofort einen Zusammenhang zu ihren eigenen Empfehlungen erkennen.

## Bilder & Videos

Setze viele Bilder ein, aber überfrachte deine Webseite nicht damit. Zu jedem Themenbereich sind 1-2 Bilder angemessen und wird von deinen Besuchern und Suchmaschinen begrüßt. Immerhin sagen Bilder mehr als 1000 Worte, besagt ein alter kluger Spruch.

Bilder erhalten mit den alt-Tags einen Sinn. Die Suchmaschinen müssen wissen, um was es sich bei dem Bild handelt, was du ihnen mit dem alt-Tag mitteilst. In den alt-Tags sollten dein Hauptkeyword und themenverwandte Keywords (LSI) beinhaltet sein.

Die Bilder ohne alt-Tags zu verwenden, ist eine Verschwendung von Potential. Suchmaschinen listen auch Bilder auf, die mit der Suchanfrage korrespondieren. Wenn jemand nach einer Walze sucht und deine Webseite hat ein Bild mit dem alt-Tag „Walze“, besteht die Möglichkeit einer Auflistung, was dir Traffic bringt.

Eine lange Ladezeit wird von den Besuchern und Suchmaschinen abgestraft. User kommen und gehen, wenn deine Webseite sich nicht schnell öffnet. Komprimiere daher deine Bilder bevor du sie online stellst. Das kostenlose Analyse-Tool von [Woorank](#) liefert dir diesbezüglich wichtige Informationen.

## Aufbau & Design

In der Rubrik „Bilder“ wurde auf die Wichtigkeit einer kurzen Ladezeit hingewiesen. Deine Webseite sollte mit Aufruf sofort erscheinen. Oft sind neben großen Bildern zu viele Werbeblocks auf der Webseite für eine lange Ladezeit verantwortlich. Richte die Webseite so ein, dass die wichtigsten Teile, die der Besucher sehen und lesen will, sofort erscheinen und Werbung dem nachsteht.



Verwirre die Besucher nicht! Baue eine saubere Struktur auf, die thematisch logisch ist. Prüfe ob deine Texte mit Hilfe von Überschriften, Tabellen und Bildern übersichtlich sind. Die Navigation muss einfach und intuitiv sein. Lass deine Texte von Mitarbeitern oder guten Freunden lesen und frag nach ihrer Meinung. Geh den Text selber durch und frag dich, ob du an



irgendeiner Stelle ins Stocken geraten bist. Wenn das der Fall ist ändere die betroffenen Passagen, bis ein sauberer Lesefluss entsteht.

Wähle eine für deine Besucher angenehme und leicht lesbare Schriftgröße.

Das Impressum und die Datenschutzseite müssen einfach zu finden sein.

## Benutzererfahrung

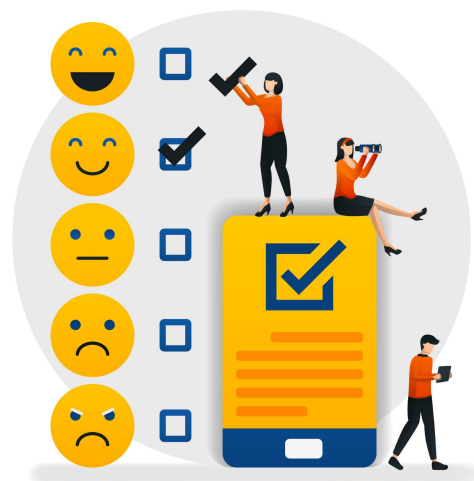
Neben einem fesselnden Text, kannst du die Interaktionsrate mit Umfragen, Abstimmungen, Bildergalerien und Videos steigern. In keinem Fall sollten Links zu weiterführende relevanten Artikeln fehlen. Je mehr deiner Seiten der User durchläuft, desto länger verbleibt er auf deiner Webseite, desto höher wird sie von den Suchmaschinen bewertet.

Einige deiner Seiten werden vielleicht viel Traffic mit einer hohen Absprungrate (Bounce Rate) ausweisen. Das ist ein klarer Hinweis darauf, dass der Aufbau und Text nicht passt. Optimierte Beides so lange, bis du die Besucher nicht nur länger hältst, sondern auch auf weiterführende Seiten leitest.

Setze **Google Analytics** oder ein anderes Analyse-Tool ein, um das Nutzerverhalten deiner Besucher zu beobachten. Bereiche mit wenig Klicks müssen optimiert werden. Diejenigen mit vielen Klicks können für Sales genutzt werden.

Generell sollte deine Seite wenig Werbung oder werbeähnlichen Charakter haben. Deine Besucher fühlen sich durch zu viel Werbung überrumpelt und suchen schnell den Ausgang, was die Suchmaschinen negativ bewerten. Sei deshalb behutsam mit Werbung.

Heute sind mehr Menschen mit ihren Smartphones im Internet, als mit PCs. Deine Webseite muss daher auf Smartphones sauber aussehen und sich schnell öffnen lassen. Achte auf die AMP (Accelerated Mobile Pages) Vorgaben. Über **Googles Tool "Page Speed Insight"** kannst du deine Seiten testen und bei Bedarf anpassen. Google bevorzugt Webseiten die auf AMP ausgelegt sind. Das bringt dir mehr Traffic.



## Backlinks

Backlinks war, ist und wird immer ein wichtiges Thema für jeden Webseiten-Betreiber sein. Die Webseite nur in Verzeichnissen einzutragen wird dir kein gutes Ranking bringen. Du solltest jedoch deine Webseite in jedem Fall in allen möglichen Verzeichnissen anmelden.

Am schnellsten kommst du hoch, wenn andere Webseiten mit einem hohen Ranking auf deine Webseite mit einem Backlink verlinken. Ihre hohe Autorität wird an Dich weitergegeben. Die Suchmaschinen stufen dich bei solchen Backlinks ebenfalls als autoritär ein. Am besten sind Webseiten die mit deiner Nische im Einklang stehen. Im Falle von Zeitschriften, Zeitungen und Blogs sollte der Backlink von der Rubrik ausgehen, die zu deinem Geschäftsmodell passt. Google spricht hierbei von Themenrelevanz.

**Ahrerfs Domain- und Backlink-Checker** zeigt dir die Stärke der Autorität einer Webseite. Je höher das Ranking, desto besser der Backlink.

Ein Backlink ausgehend innerhalb eines Textes einer Webseite ist wertvoller, als die im Footer oder in einer Sidebar. Wenn eine andere Webseite innerhalb eines Artikels auf deine Webseite verweist, bedeutet das für die Suchmaschinen - sie ist wichtig.

Beteilige dich nicht an Linktausch-Programmen. Das mögen die Suchmaschinen heutzutage überhaupt nicht. Wenn du dabei erwischt wirst riskiert du den Rauswurf aus dem Google-Index oder zumindest eine Abstrafung.

Einige dubiose SEOs bieten auf ihren Webseiten gegen Entgelt unzählige Backlinks an. Viele Backlinks aus einer Quelle werden von den Suchmaschinen berechtigt als Manipulation eingestuft. Stelle dich daher breit auf. Je mehr unterschiedliche Webseite auf deine Seite verweisen, desto besser.



Jeder Backlink kann mit einem Anker-Text versehen werden. Ankertext ist der sichtbare, anklickbare Text in einem Hyperlink. In modernen Browsern ist er oft blau und unterstrichen. SEO-Best Practices schreiben vor, dass Ankertext für die Seite relevant sein muss, auf die Sie verlinken, und nicht allgemeiner Text. Der blaue, unterstrichene Ankertext ist am gebräuchlichsten, da es sich um den Webstandard handelt, obwohl es

möglich ist, die Farbe und Unterstreichung durch HTML-Code zu ändern. Die Schlüsselwörter im Ankertext sind eines der vielen Signale, die Suchmaschinen verwenden, um das Thema einer Webseite zu bestimmen.

Benutze viele unterschiedliche Anker-Texte, um bei den Suchmaschinen keinen Eindruck der Link-Manipulation zu erwecken.

Verlinke auf alle deine Seiten und nicht nur auf die Startseite. Zum einen kannst du hierdurch mehr Links aufbauen und zum anderen deine Autorität erhöhen. Links zu Bildern deiner Webseite werden zwar nicht so hoch bewertet wie Textlinks. Wichtig ist allerdings, dass eine homogene natürlich aussehende Linkvielfalt aufgebaut wird.

Die Analyse der Backlinks deiner Mitbewerber ist von hoher Wichtigkeit. Schau dir an woher sie ihre Backlinks erhalten und versuche diese Quellen ebenfalls anzuzapfen.

Kooperationen wirken Wunder. Sie erzeugen eine enorme Dynamik. Suche Webseitenbetreiber die im gleichen Segment tätig sind und kooperiere mit ihnen. Durch die gegenseitige Vernetzung kann ein Netzwerk schneller an Autorität gewinnen, als eine einzelne Webseite. Es entsteht eine Win-Win-Situation für jedes Mitglied des Netzwerkes.

Eines sollte dir klar sein. Der Linkaufbau ist eine kontinuierliche und langwierige Angelegenheit. Es ist ein ständiges dran bleiben. Viele Links fallen im Laufe der Zeit wieder weg, weil die Webseiten nicht mehr online sind. Alleine diese auszugleichen kostet fortwährenden Einsatz, Zeit und somit Geld.

## OnPage Links

Jede Seite wird anhand des URL-Ratings oder der Page-Authority gewertet. Je höher der Wert, desto wertvoller ist die Seite in den Augen der Suchmaschinen. Wenn du bei einer deiner Seiten ein hohes URL-Rating erreicht hast, verlinke sie intern auf deine restlichen. Die Rankingstärke wird somit innerhalb deiner Webpräsenz homogen verteilt. Verlinke allerdings nicht eine Seite auf 100 Unterseiten, sondern baue einen natürlichen sauberen Fluß auf.

Baue 2-3 externe Links zu autoritären Webseiten wie zum Beispiel Wikipedia oder anderen High-Rank-Seiten auf. Hiermit signalisierst du Google ein Teil des autoritären Netzwerkes zu sein und deine Bereitschaft, dem User zu helfen an die von ihm benötigten Informationen zu gelangen.



**OnPage Links**

Im Laufe der Zeit baut jeder Webseitenbetreiber seine Seite um. Hierdurch entstehen Broken-Links, die auf eine nicht mehr existierende Seite verlinken. Richte für diese Backlinks eine Weiterleitung ein, um sie nicht zu verlieren.

Durch über die Zeit hinweg umgesetzten Änderungen entstehen auch intern Broken-Links. Prüfe deine Webseite nach solchen und behebe den Fehler.

## Soziale Medien

Auf mehreren Beinen hat man einen stabileren Stand. Bis vor wenigen Jahren noch belächelt, haben sich die sozialen Medien als Turbolader herausgestellt. Nutze dieses Traffic-Potential. Bau dir eine Community auf. Das ist einfacher als viele denken.



Social Proof ist in sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook, Instagram und YouTube prominent. Die Anzahl der Follower, Fans, Aufrufe, Likes, Favoriten und sogar Kommentare, die ein Benutzer abgegeben hat, wirkt sich positiv darauf aus, wie andere Benutzer ihn wahrnehmen. Ein Benutzer auf Twitter mit einer Million Followern wird als vertrauenswürdiger und seriöser wahrgenommen als ein ähnlicher

Benutzer mit tausend Followern, was zu einem schnelleren Wachstum der Follower und höheren Interaktionen und Klickraten führt.

Mit Social Proof kannst du die Vertrauenswürdigkeit deiner Webseite erhöhen. Ermuntere deine Besucher den Artikel deiner Webseite mit anderen Teilnehmern oder seiner Community zu teilen. Ein guter Artikel kann binnen kurzer Zeit eine riesige Kette in Gang setzen. Setze am Ende des Artikels einen Satz ein wie:

„Bitte teile unbedingt diesen Artikel, damit so viele Menschen als möglich über dieses wichtig Thema informiert werden“

Oder

„Wenn dir der Artikel gefallen hat teile ihn bitte“

Natürlich sollten die Buttons der sozialen Medien nicht fehlen. Mit ein paar Klicks ist der Vorgang erledigt. Biete deinen Besuchern diese Art von Verteilung deiner Artikel an.

## Negatives

Keyword-Spamming ist mittlerweile eine veraltete Technik, die von Google abgestraft wird. Eine inhaltslose Seite aufzustellen und darauf zu verlinken wird dir keinen Traffic bringen. Schreibe gute Texte die deinen Besuchern etwas bringen – ihnen hilft. Biete Lösungen für Probleme oder zeige Kompetenz in dem was du schreibst. Das suchen und lieben sie. Die Länge deiner Texte richten sich nach dem jeweiligen Thema. Sie sollten mindestens 500 besser +/- 1.200 Wörter beinhalten.

Link-Spamming wird von Google schnell erkannt. Du machst dir viel Arbeit für eine Linksammlung die nicht bewertet wird. Besser ist dich auf saubere und gute Links zu konzentrieren. Hole dir Links von Seiten, die eine Autorität oder zumindest ein Webseite mit gutem Inhalt darstellen.

## Abschließendes

SEO ist keine Eintagsfliege! Es handelt sich um einen fortwährenden Prozess. Dinge ändern sich täglich und müssen entsprechend berücksichtigt werden. Deine Webseite über Nacht auf die vordersten Plätze zu bringen ist nicht möglich. Der Prozess nimmt mindestens 4 Monate in Anspruch bis erste Ergebnisse sichtbar sind. Google gibt an bis zur vollständigen Indexierung bis zu 12 Monate zu benötigen. Innerhalb dieser Zeit musst du fleißig an deiner Webseite und SEO arbeiten. Am langen Ende zahlt es sich allerdings aus, wenn der Traffic zu steigen beginnt. Immerhin werden 50% des Traffic über Suchanfragen generiert. Wird deine Seite bei den Suchmaschinen gut gelistet, bekommst du kostenlosen Traffic, deine Werbeausgaben reduzieren sich erheblich und die Gewinne steigen.

SEO ist mit viel Arbeit und Aneignen von neuem Wissen verbunden, die dir als Unternehmer vielleicht nicht zur Verfügung steht. Ein guter SEO kann dir helfen deine Webseite auf einen der vordersten Plätze zu bringen. Leider existieren viele dunkle Gestalten im Internet, die viel versprechen und letztlich nichts einhalten. Daher liegt die Betonung auf „guten“ SEO. Wie du den richtigen findest und auf was du unbedingt vor Beauftragung achten solltest erfährst du [hier](#).