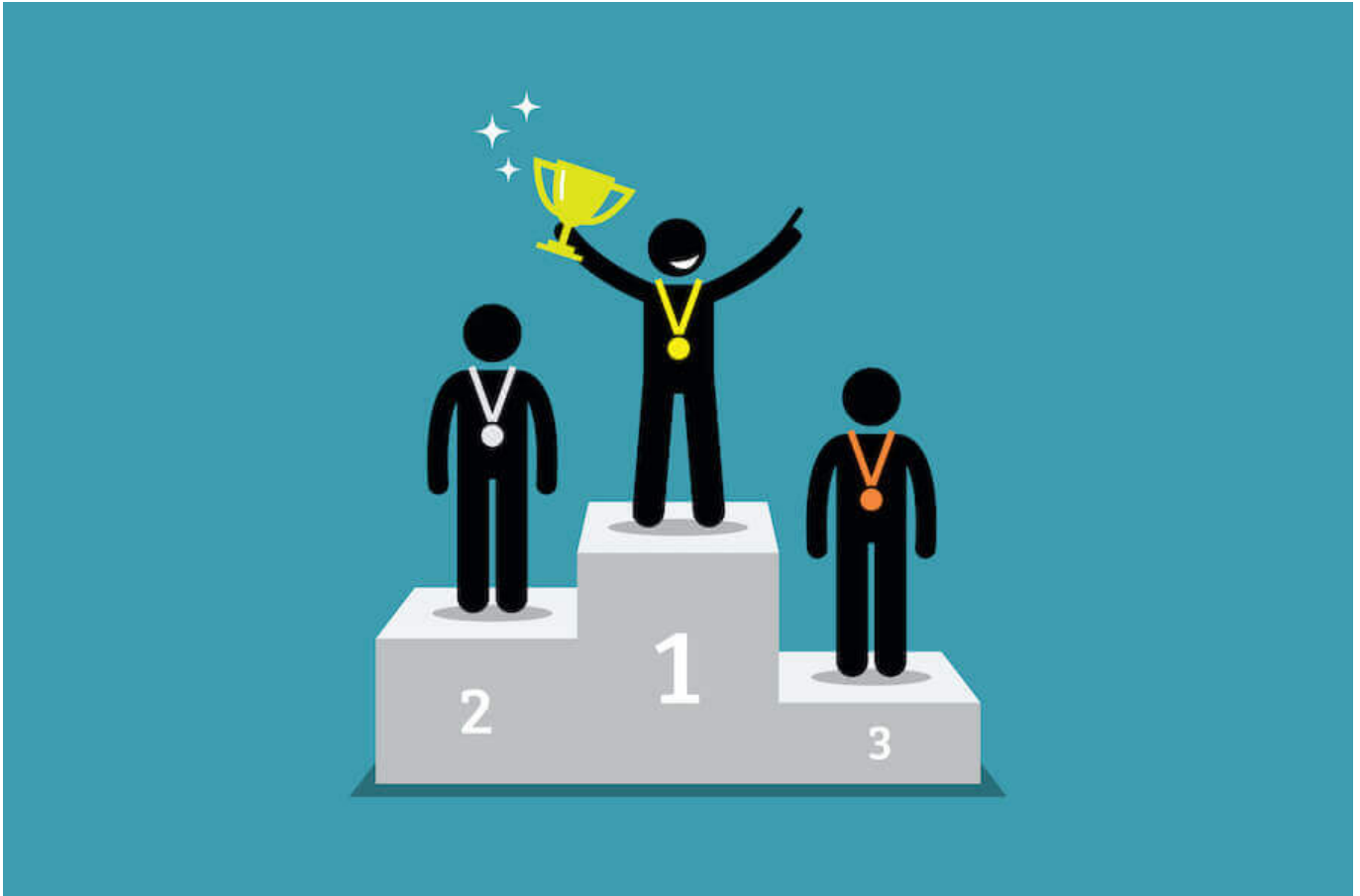


Gute Rankings ohne SEO – geht das?

Gute Rankings ohne SEO – geht das?

Es gibt Websites, die befinden sich auch ohne aktive SEO-Optimierung am oberen Ende der organischen Suchergebnisse. Aber nur, weil eine Seite nicht aktiv nach SEO-Kriterien optimiert wurde, heißt das nicht, dass keine unbewusste Optimierung stattgefunden hat. Was bedeutet das nun? Etwa, dass das Thema SEO im Grunde gar nicht so wichtig ist? Hier muss zunächst einmal klar sein, worauf Google bei der Indexierung von Websites und der Vergabe von Rankings überhaupt achtet.



Gute Platzierungen durch SEO – wir haken nach.

Welche Faktoren sind beim Google Ranking entscheidend?

Laut eigener Aussage berücksichtigt Google mehr als 200 verschiedene Ranking-Faktoren. Diese sind jeweils unterschiedlich gewichtet und können darüber hinaus von indirekten Kriterien, z.B. der Usability, beeinflusst werden. Bedeutet: Wenn eine Website für einen bestimmten Suchbegriff auf Platz 1 in den Google Suchergebnissen landet, dann erhält sie bei der Verrechnung aller Ranking-Faktoren einen besseren Wert als andere Seiten, die um den gleichen Suchbegriff konkurrieren.

Google möchte vor allem Websites gut platzieren, die der Suchintention möglichst genau entsprechen. Dies kann auch für Websites gelten, die nicht aktiv hierauf optimiert wurden – beispielsweise, wenn die Suchmaschine positive Nutzersignale registriert.

Hat SEO-Optimierung trotzdem Vorteile? Ein Beispiel:

Gehen wir von einer Website aus, auf der sich nichts als ein Fahrkostenrechner für PKWs befindet. Mit diesem lassen sich unter Angabe von Entfernung, Spritverbrauch und Benzinpreis die Fahrkosten für eine bestimmte Strecke berechnen. Hier gibt es mehrere technische und inhaltliche Aspekte, wie die Seite aufgebaut sein könnte. Im Folgenden gehen wir vereinfacht auf drei Möglichkeiten ein:

Beispiel 1: der fehlende Themenbezug

Eine ansonsten leere Seite ohne Textinhalt oder Überschriften. Hierauf befinden sich ausschließlich die Eingabefelder sowie das Ergebnisfeld für die Fahrkosten. Zusätzlich wurde die Seite nach dem Betreiber / Inhaber benannt (z.B. mustermann.de)

→ Hier ist die Suchintention für den Nutzer zwar abgedeckt – die Fahrkosten lassen sich schnell und einfach berechnen – aber für Google gibt es keinerlei Hinweise darauf, welche Themenrelevanz die Seite besitzt und welchem Suchbegriff sie zugeordnet werden soll. Damit erhält die Seite aller Wahrscheinlichkeit nach keine relevante Platzierung in den Suchergebnissen.

Beispiel 2: die korrekte Kennzeichnung

Diese Seite ist aufgebaut wie in Beispiel 1 – mit dem Unterschied, dass sie über eine Textbeschreibung und Überschriften verfügt. Außerdem besitzt sie einen themenbezogenen Namen (z.B. fahrkosten-berechnung.de).

→ Hier kann Google schon deutlich besser einschätzen, wie relevant die Seite für den entsprechenden Suchbegriff ist. Demzufolge ist es durchaus möglich, dass die Seite eine gute Platzierung erreicht – wenn sie häufig genutzt wird.

Beispiel 3: die nutzerorientierte Optimierung

Aufbauend auf Beispiel 2 befinden sich auf dieser Version – neben dem Fahrkostenrechner – noch



weitere Funktionen, die gern von den Besuchern genutzt werden. Das könnten z.B. die Möglichkeit zur Eingabe einer Fahrtroute, die Auswahl einer bestimmten Benzinsorte, die Anzahl der mitfahrenden Personen, Parkgebühren usw. sein. Zudem ist die Seite ansprechend gestaltet und besitzt eine außerordentlich gute Ladegeschwindigkeit.

→ Hier wurde, abgesehen von Suchintention und Themenrelevanz, noch auf weitere (wenn auch bei weitem nicht alle) Ranking-Faktoren geachtet. Funktionalität, Mehrwert und Design führen zu einer höheren Aufenthaltsdauer und signalisieren Google, dass die Website nicht nur gern besucht wird, sondern die Nutzer auch eine höhere Interaktivität zeigen. Im besten Fall halten sie sich länger auf der Seite auf oder kommen sogar wieder – was wiederum dazu führt, dass die Wahrscheinlichkeit für ein gutes Ranking signifikant ansteigt.



Auf die technischen SEO-Faktoren muss besonders geachtet werden.

SEO & technische Stolpersteine

Wir haben also gelernt, dass der Inhalt einer Website – ob nun bewusst oder unbewusst optimiert – einen großen Einfluss auf das Ranking haben kann. Die technischen SEO-Kriterien werden hingegen (bestenfalls) bewusst optimiert. Mithilfe dieser technischen Optimierung leitet man den Suchmaschinencrawler von Google an, wie dieser eine Website inkl. ihre Unterseiten indexieren soll.

Hier ist zu beachten: Schon die kleinsten technischen Stolpersteine können dazu führen, dass eine komplette Website (oder wichtige Unterseiten) komplett deindexiert werden. Besonders beliebt sind dabei folgende Probleme:

1. Falsche Meta Tags

Meta Tags befinden sich im HTML-Code und sind für Nutzer unsichtbar. Neben den Meta Tags für Title und Description gehören hierzu auch Tags wie “nofollow“, oder “noindex“. Unbedacht gesetzt, kann der nofollow-Tag im Ausnahmefall dazu führen, dass der Google Crawler seine Aufgabe nicht korrekt

ausführen kann – mit der Folge, dass bestimmte Unterseiten nicht auffindbar sind. Der noindex-Befehl kann sogar für nicht indexierte Seiten verantwortlich sein. Beide lassen sich je nach genutztem Content-Management-System und Plugins automatisch setzen. Deshalb ist hier besondere Vorsicht geboten!

2. Falsche Canonical-Attribute

Auch Canonical-Attribute werden oft automatisch gesetzt. Das kann Vorteile haben – allerdings auch dazu führen, dass häufiger vorkommende Inhalte auf verschiedenen Unterseiten aus dem Google Index gestrichen werden.

3. Fehlerhafte Robots.txt

Die Robots.txt ist in der Lage, anhand simpler Befehlszeilen komplette Unterverzeichnisse einer Website oder gar den kompletten Crawlprozess bestimmter Crawler zu unterbinden. Auch hier können falsche Einträge zu einer ungewollten Deindexierung führen.

4. Brückenseiten

“Doorway-Pages” – zu Deutsch “Brückenseiten” sind ebenfalls ein häufiger Grund für Abstrafungen seitens Google. Nutzt man diese Art von Seiten, ohne sich darüber im Klaren zu sein, dass diese in vielen Fällen von Google als Spam eingestuft werden, läuft man Gefahr, dass entweder die jeweiligen Unterseiten oder sogar die komplette Website temporär aus dem Google Index entfernt werden. Eine solche Abstrafung lässt sich nur mit entsprechenden Gegenmaßnahmen wieder aufheben

5. HTTPS-Verschlüsselung

Besitzt eine Website keine HTTPS-Verschlüsselung, wird sie im Browser des Nutzers als “nicht sicher” angezeigt. Auch Google sieht unsichere Inhalte nur ungern. Zwar werden diese nicht zwangsläufig deindexiert, allerdings wirken sich unsichere Inhalte negativ auf das eigene Ranking aus.

6. Doppelte Inhalte

Aus Gründen der Nutzerführung kann es durchaus sinnvoll sein, größere Inhaltselemente wiederholt auf mehreren Unterseiten zu nutzen. Google sieht dies allerdings überhaupt nicht gern. Doppelte Inhalte wurden in der Vergangenheit oft genutzt, um den Content einer Website künstlich “aufzublähen” – was

zu einer Abstrafung geführt hat. Um dem entgegenzuwirken, müssen die doppelten Inhalte entweder reduziert oder durch einen entsprechenden Meta-Tag als “Canonical-Content” ausgezeichnet werden.

7. Schlechte Ladegeschwindigkeit

Die Bedeutung der Seitenladegeschwindigkeit wird oft unterschätzt. Dabei hat diese sowohl direkt als auch indirekt Einfluss auf das Ranking. Denn je länger die Website lädt, umso höher fällt die Absprungrate aus – welche sich ebenfalls auf die Sichtbarkeit bei Google auswirkt.

Fazit: Brauche ich nun eine gezielte SEO-Optimierung oder nicht?

Um auf das Beispiel des Fahrtenrechners zurückzukommen: Man könnte sich in sein Auto setzen, einfach losfahren und eventuell auch am Ziel ankommen. Allerdings hat man im Vorfeld weder den Benzinstand überprüft, die Rückspiegel gecheckt, das Navi installiert oder die schnellste Route gewählt. Im schlimmsten Fall baut man einen Crash und das Auto hat einen Totalschaden.

Genauso verhält es sich mit SEO. Wer keinen Wert auf nachhaltige und zielführende Suchmaschinenoptimierung legt, kann zwar mit (viel) Glück Erfolge haben – aber man läuft Gefahr, Potential zu verschenken oder die eigene Sichtbarkeit zu vernachlässigen. Auch Abstrafungen oder die komplette Deindexierung der eigenen Website sind aufgrund technischer Stolpersteine alles andere als unwahrscheinlich.

Bedeutet im Klartext: Wenn Sie langfristig und auf einer sicheren Basis erfolgreich ranken wollen, kommen Sie in der Mehrheit der Fälle an gezielter Suchmaschinenoptimierung nicht vorbei. Nur so stellen Sie nachhaltig sicher, dass bisherige Rankings erhalten bleiben und sich diese aufgrund positiver Nutzersignale weiter verbessern.

Credits:

Titelbild © Jeremy / stock.adobe.com

Beitragsbild © Julien Eichinger / stock.adobe.com