

## Nachhaltiges SEO: Search Engine Optimization als langfristiger Prozess

Worauf es bei einer nachhaltigen SEO-Strategie ankommt



Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist für Webseitenbetreiber oft ein Bereich, dem entweder große Bedeutung beigemessen wird oder dem viele immer noch skeptisch gegenüberstehen. Im Zentrum

stehen meist Fragen wie: Was bringt SEO und wie mache ich es richtig?

Das Gefühlspektrum seitens der Webseitenbetreiber ist in jedem Fall sehr breit, wenn es um SEO geht: von Euphorie und Interesse an noch so kleinen Optimierungen, über Unsicherheit bis hin zu Frust und Resignation, wenn Sichtbarkeit und Rankings plötzlich abfallen. Häufig fehlt bei Betreibern von Webseiten mit SEO-Ambition entweder das Fachwissen oder es ist gefährliches Halbwissen vorhanden, das sich irgendwann durch viel googlen angesammelt hat.

Heutzutage werden SEO-Interessierte online schnell fündig, wenn sie sich auf Informationssuche begeben: Tipps und Tricks für die Optimierung der eigenen Seite findet man mit wenig Aufwand. Wenn man es richtig anstellt, können die Maßnahmen kurzfristig auch Erfolg bringen. Aber was macht man, wenn Rankings und Sichtbarkeit plötzlich nach unten rauschen und man glaubt, sein Potential bereits ausgeschöpft zu haben?

## **Spätestens hier wird ein SEO-Experte gebraucht, der nachhaltiges SEO beherrscht.**

Weshalb Suchmaschinenoptimierung nachhaltig sein sollte und wie SEO-Experten hier vorgehen können, erfahrt Ihr in diesem Beitrag.



Wie ein zartes Pflänzchen braucht auch eine Website viel Pflege.

Auch wenn Suchmaschinenoptimierung manchmal noch mit Unsicherheit beäugt wird, ist die Bedeutung der Suchmaschinen für jeden, der eine eigene Webseite hat, unumstritten. Suchmaschinen navigieren

ihre Nutzer durch das Web und helfen dabei, für die gestellte Suchanfrage den am besten passenden Content zu finden.

Möglichst gute Platzierungen auf den Suchergebnisseiten der Suchmaschinen zu erhalten, ist deshalb das große Ziel von SEO. Für Webseitenbetreiber ergibt sich dabei folgende Schlussfolgerung: gute Ergebnisse im Ranking → mehr Traffic auf der eigenen Seite → mehr Umsatz.

## Von den Top 10 in die Top 3

Dabei gilt es, mit relevanten Suchbegriffen zunächst in die TOP 10 des Suchmaschinen-Rankings zu kommen. Das entspricht der ersten Suchergebnisseite. Wer besonders ambitioniert ist, der zielt auf die TOP 3 ab, das sogenannte „Golden Triangle“. Denn hier ist die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer auf das Suchergebnis klicken, am höchsten.

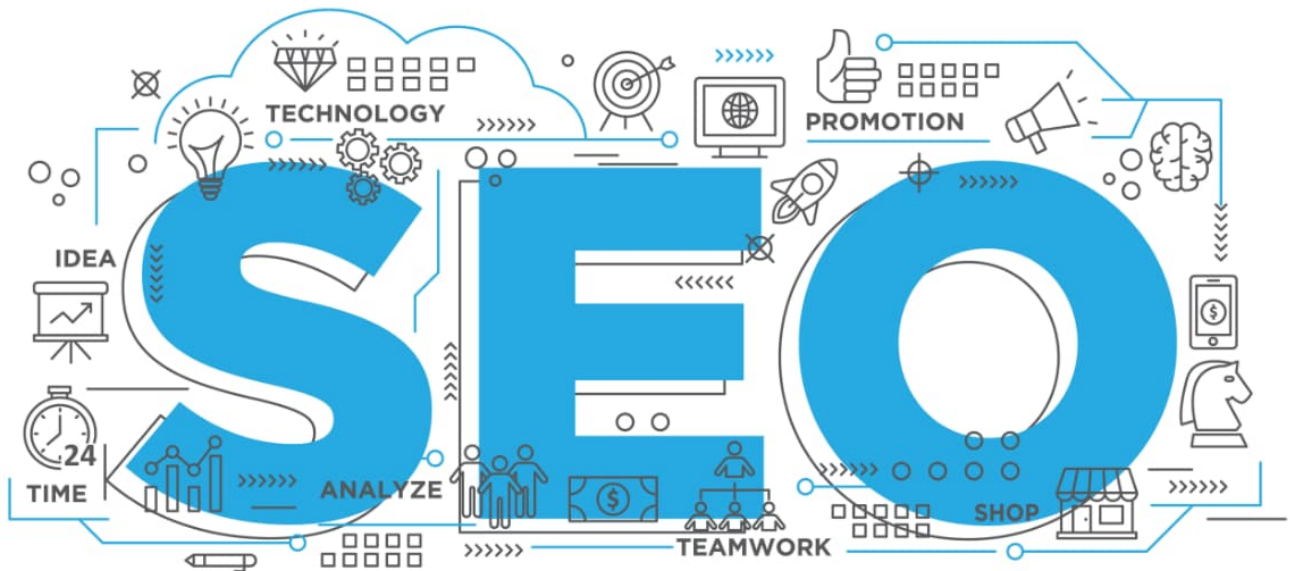
Mit einem Marktanteil von rund 92% (wer es gerne genau wissen möchte: 91,46%; Stand: November 2018; Quelle: [Statista](#)) dominiert Google hierzulande schon länger die Suchmaschinen-Landschaft und das SEO.

Der Suchmaschinen-Gigant hat es sich zum Ziel gemacht, qualitativ hochwertige Suchergebnisse anzubieten, die so genau wie möglich zur Suchintention der Nutzer passen. Um die Inhalte der Webseiten zu erfassen und zu kategorisieren, schickt Google Bots, die Seiten crawlen und, nach in Algorithmen genau definierten Kriterien, auf ihre Qualität hin beurteilen.

Der Grundgedanke von SEO ist zunächst: Je genauer sich eine Seite an die von Google definierten Kriterien hält, umso hochwertiger wird sie von Google bewertet und umso weiter oben wird sie zu bestimmten Suchbegriffen auf der Suchergebnisseite auftauchen.

## Simple Ziel – komplizierte Umsetzung

So simpel dies zuerst erscheinen mag, so kompliziert ist es in der Umsetzung. Die Kriterien, die Google verwendet, sind nicht nur unglaublich vielfältig, sondern auch zum Teil unbekannt. Google hütet seine Algorithmen wie ein Staatsgeheimnis und hält sie vor den Neugierigen unter Verschluss.



Wie bereits erwähnt, findet man online natürlich dennoch allerhand (mal mehr, mal weniger detaillierte) Ansatzpunkte und Anleitungen zur Suchmaschinenoptimierung.

So findet man sehr häufig folgende Tipps:

- Wichtige Keywords, unter denen man gefunden werden möchte, möglichst in der URL, im Title-Tag und im Webseiteninhalt unterbringen.
- Beim Title und bei der Description auf die optimale Länge achten: Ein Title sollte maximal 65 Zeichen lang sein (man findet aber auch Richtwerte von 50-80 Zeichen). Bei der Description darf man sich auf max. 145 Zeichen austoben.
- Die Keywords sollten auch in den Überschriften im Text genannt werden.
- Bei Bildern Alt-Tags ergänzen und beim Bild-Title relevante Keywords verwenden.
- Darauf achten, dass alle Seiten miteinander verlinkt sind.

Hier kann man die Auflistung noch lange fortsetzen.

## Was sind Insider-Tipps und Anleitungen wert?

Die schiere Flut an „Insider“-Wissen und Schritt für Schritt Anleitungen zu SEO täuscht aber: SEO gehört in die Hände eines Experten, wenn es langfristig Erfolg haben soll. Denn SEO ist ein komplexer Prozess, der nicht durch eine bloße Ansammlung verschiedener Maßnahmen funktioniert, mit der man bestenfalls nur kurzfristig Erfolg hat.

Nicht nur sind die vollständigen Ranking-Kriterien von Google unbekannt, auch ändert der Suchmaschinen-Gigant diese ohne Ankündigung und überrascht häufig mit Updates seines Algorithmus, was nicht selten zu erheblichen Schwankungen in den Rankings von Webseiten führt und worauf deren Betreiber mit Verwirrung oder Panik reagieren.

Das Umfeld, in dem SEO stattfindet, ist aber auch ohne Algorithmus-Updates dynamisch und unvorhersehbar. Das individuelle Ranking hängt nämlich auch davon ab, mit welchen anderen Webseiten man innerhalb seiner Branche um das gleiche Keyword konkurriert und wie sich die Konkurrenz entwickelt. Auch spielt es eine Rolle, wie häufig die für die eigene Seite wichtigen Keywords überhaupt gesucht werden und wie stark sich das Suchvolumen ändern kann.

[Tweet “SEO ist ein Prozess, der viel Feingefühl, Geschick und Erfahrung abverlangt, um mit den Schwankungen richtig umgehen und darauf reagieren zu können.”]

Umso wichtiger ist es daher, SEO nachhaltig zu betreiben. Das bedeutet: Weg von der starren Abfolge kurzfristiger Maßnahmen und hin zu einem adaptiven, intelligenten Prozessmodell, welches Methoden und Tools sinnvoll miteinander kombiniert und dabei den Wünschen und Zielen von Webseitenbetreibern gerecht wird.

Dadurch werden langfristig bestmögliche Ergebnisse gewährleistet, auch bei kurzfristigen Schwankungen im Ranking.

## Wie baut man nun einen nachhaltigen SEO-Prozess auf?

1. Im ersten Schritt gilt es, die Wünsche und Ziele des Webseitenbetreibers zu erfassen. Offene Kommunikation ist hier das A & O. Die Ziele sind meist: Steigerung der Sichtbarkeit, mehr Umsatz, mehr Traffic, mehr Keywords in den TOP 10.
2. Im nächsten Schritt muss der SEO-Experte die genannten Ziele nun in spezifische Aufgaben



transformieren und dabei diejenigen SEO-Maßnahmen zusammenfassen, die zur Zielerreichung beitragen können. Hier bedarf es Fachwissen und sehr guter Kenntnis der Bandbreite an SEO-Maßnahmen, um die am besten geeigneten herauszusuchen und die richtigen Optimierungsansätze zu formulieren.

3. Im dritten Schritt muss der Experte jedoch auch die Limitationen berücksichtigen, die entscheidend für die Verwendung der Maßnahmen sind: Möchte der Seitenbetreiber keine Änderungen an den Inhalten, fällt zum Beispiel Content-Optimierung weg und andere Maßnahmen müssen in den Vordergrund gestellt werden. Gibt es technische Limitationen? Diese können zum Beispiel durch das genutzte CMS vorgegeben sein und lassen sich nicht umgehen. Auch das beeinflusst den Optimierungsprozess und die Auswahl der SEO-Maßnahmen.

Schritt für Schritt tastet man sich so an die optimalen Maßnahmen heran, die die Schnittstelle zwischen den Zielen und den technischen Möglichkeiten abbilden.

4. Im vierten Schritt können dann diejenigen Optimierungsmaßnahmen mit dem Seitenbetreiber besprochen und später umgesetzt werden, die zur Zielerreichung beitragen können.
5. Natürlich kann nicht immer vorhergesagt werden, welche Maßnahme tatsächlich Erfolg haben wird. Umso wichtiger sind der sinnvolle Einsatz und die geschickte Kombination an verschiedenen Analyse-Tools, um die Entwicklung der Webseite während der Optimierungen zu verfolgen. Nur so kann man erkennen, was funktioniert und was nicht.

Mit den gewonnenen Informationen sollte der gesamte Prozess laufend reflektiert werden, um spezifisch zugeschnittene Maßnahmen zu identifizieren, die langfristig Erfolg bringen.

Die Erfahrung zeigt: Nur wer beim SEO nachhaltig und prozessorientiert vorgeht sowie das Expertenwissen optimal einsetzen kann, wird auch auf lange Sicht Erfolg haben.

Titelbild © Coloures-Pic / Fotolia

Beitragsbild © ruslan\_khismatov / Fotolia

Beitragsbild © Nurul / Fotolia