

## LSI & LSO

### Was bedeuten LSI und LSO?

Beim Verfahren **Latent Semantic Indexing (LSI)** werden [Webseiten](#) nach ihrem Themenbereich und nicht nach einem bestimmten [Keyword](#) indexiert. [Suchmaschinen](#) versuchen z.B. Dokumente oder [Webseiten](#) zu finden, bei denen es um das Thema Hausbau geht, auch wenn dort das Wort Hausbau selbst nicht explizit vorkommt. So können die [Suchmaschinen](#) mithilfe von LSI zwischen Dokumenten unterscheiden, in denen es wirklich um Hausbau geht und denen, in denen nur das Wort Hausbau erwähnt wird.

Ziel der LSO (der latent semantischen Optimierung) ist es, das [Ranking](#) zu verbessern, indem im [Content](#) neben dem [Keyword](#) auch viele **semantisch verwandte Wörter zum Suchbegriff** enthalten sind.

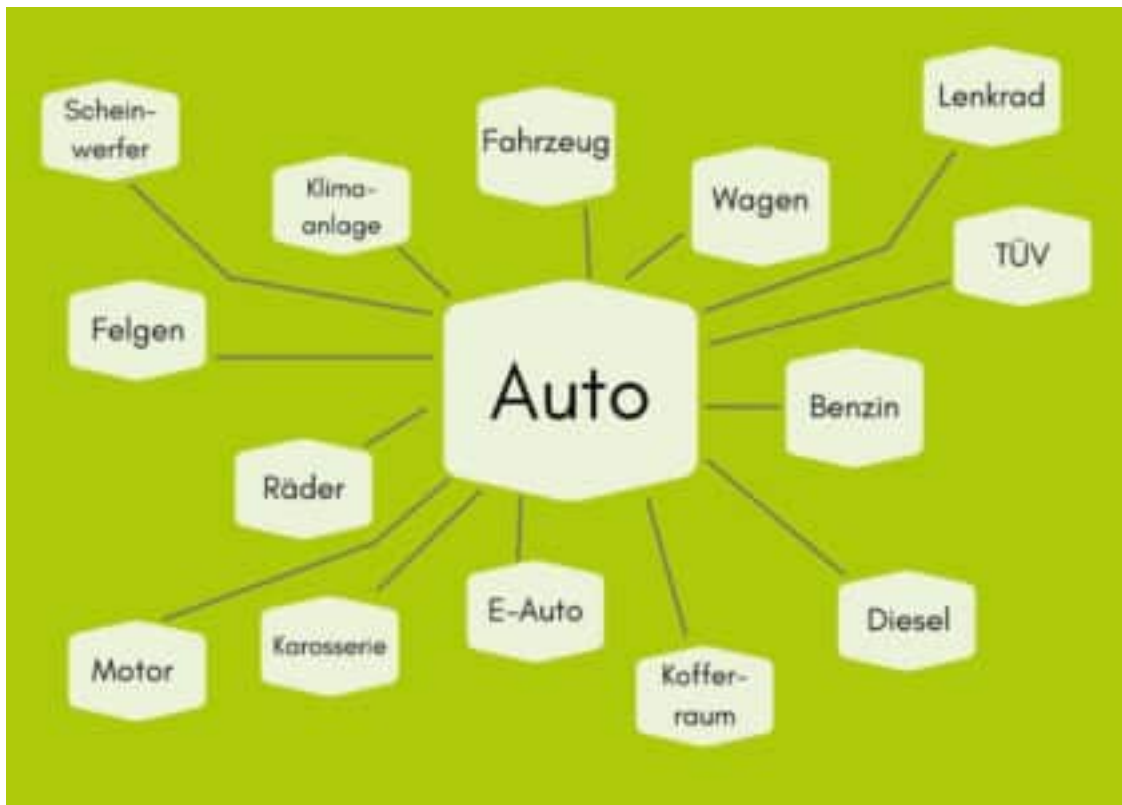
### Bedeutung von LSI für die Suchmaschinenoptimierung

In den Anfangszeiten von [Google](#) erfolgte die [Indexierung](#) rein **keywordbasiert**. D.h., die [Suchmaschine](#) überprüfte die indexierten Dokumente dahingehend, ob der von einem Nutzer eingegebene [Suchbegriff](#) darin vorkommt. Eine [Website](#), auf der das Suchwort nicht auftauchte, wurde von Google demnach gar nicht in den [Suchergebnissen](#) ausgespielt, selbst wenn das Thema der Seite exakt zur Suchanfrage gepasst hat.

Deshalb wurden früher zu semantisch sehr ähnlichen Begriffen einzelnen [Landingpages](#) erstellt.

Durch das **Hummingbird Update 2013** hat sich das jedoch geändert. Mit der Algorithmus-Änderung im Zuge dieses [Updates](#) hat [Google](#) die **semantische Suche/semantische Indexierung in den Fokus gerückt**, wobei [Google](#) bisher selbst nicht bestätigt hat, LSI zu nutzen.

Fakt ist aber: **Die Themenrelevanz einer [Website](#) bekommt seit dem Update 2013 einen viel höheren Stellenwert.** Der semantische Bezug zum [Keyword](#) auf einer [Landingpage](#) ist wichtiger als die reine Nennung des [Keywords](#). Durch die latente semantische Indexierung können demnach auch [Landingpages](#) in den Suchergebnissen auftauchen, die das [Keyword](#) gar nicht beinhalten, aber viele für das [Keyword](#) semantisch relevante Begriffe – die sogenannten LSI-Keywords.



Beispiel für LSI

## Keywords

Das bedeutet aber nicht, dass die Optimierung auf ein Haupt- und mehrere Nebenkeywords überflüssig ist. [Google](#) prüft nach wie vor, ob der Suchbegriff/die Suchphrase enthalten ist, prüft aber zugleich die thematisch passenden Dokumente auf ihre semantische Nähe zum [Keyword](#) hin. Vereinfacht gesagt: **Je besser die semantische Nähe des Inhalts, desto besser ist das [Ranking](#) der Seite.**

Die Reaktion der SEO-Experten auf die latent semantische Indexierung ist daher die **LSO**.

## Was ist LSO?

LSO bedeutet **Latent Semantic Optimization bzw. latente semantische Optimierung**. Bei dieser Art Optimierung wird darauf geachtet, dass in den Texten Wörter bzw. Phrasen verwendet werden, die im

Zusammenhang mit dem Thema des Dokuments bzw. der [Webseite](#) stehen und auch auf anderen [Webseiten](#) im Zusammenhang mit diesem Thema verwendet werden. Um am besten geeignete semantisch zusammengehörige Wörter zu finden, werden hilfreiche Tools zu Hilfe gezogen.

### Weitere Möglichkeiten, LSI Keywords zu finden:

- Google Suggest
- Vorschläge für ähnliche Suchanfragen am Ende einer [Ergebnisliste bei der Google-Suche](#)

Sinn dieser Optimierung ist es, eine bessere Positionierung in den [organischen Suchergebnissen](#) zu erreichen.

## Verbindung zwischen LSI und WDF\*IDF

Kennt man die Kernfunktionen einer [Suchmaschine](#), ist es auch leichter, für die [Suchmaschine](#) optimierten [Content](#) zu erstellen. Grundlage bildet hier das **Vector Space Modell** von Gerald Salton, auf dem die meisten [Suchmaschinen](#) basieren. In diesem Modell kommt das [WDF\\*IDF](#) Verfahren zum Tragen. Dabei wird ein Term aus zwei Perspektiven betrachtet:

- Häufigkeit, in der der Term im Dokument auftritt – **WDF (Within Document Frequency)**
- Vorkommen des Terms in allen Dokumenten – **IDF (Inverse Document Frequency)**

Beides wird miteinander kombiniert, um die tatsächliche Bedeutung bzw. Relevanz des Terms zu ermitteln. Durch diese Gewichtung erhält der Term einen **bestimmten Platz im semantischen Raum** und alle Dokumente erhalten dadurch wiederum eine **bestimmte Ausrichtung im Vektorraum**.

Ein Suchergebnis würde demnach folgendermaßen entstehen:

Die [Suchmaschine](#) untersucht die indexierten Dokumente in Hinblick auf deren Vektorausrichtung in Bezug zum Suchbegriff. Hierbei sind die Dokumente am relevantesten, die aus LSI Sicht am besten zum Suchbegriff passen.

Es ist also für die [SEO](#) wichtig, sich den semantischen Raum der für den Suchbegriff gut rankenden Dokumente anzuschauen, denn daraus lässt sich ableiten, wie der eigenen Text optimiert werden kann.

### Weiterführende Informationen:



[Nicht in Keywords denken!](#)

[Semantische Analyse](#)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX