

Onpage Optimierung

Was ist OnPage-Optimierung?

Unter dem Begriff **OnPage-Optimierung** versteht man die Umsetzung inhaltlich-struktureller und technischer Maßnahmen auf einer [Webseite](#), die dazu führen sollen, dass diese Seite ein besseres Ranking in den [Suchergebnissen](#) erzielt.

Was bedeutet OnPage-Optimierung? Welche Optimierungs-Bereiche gibt es?

Eine OnPage-Optimierung, auch OnSite-Optimierung genannt, wird ausschließlich auf der Ziel-Webseite vorgenommen. Die entsprechenden Maßnahmen gliedern sich in zwei Bereiche:

1. inhaltlich-strukturelle Optimierung
2. technische Optimierung.

Auf der **inhaltlich-strukturellen** Ebene sollen qualitativ hochwertige, einzigartige Inhalte geschaffen und ansprechend aufbereitet werden (engl. [Unique Content](#)): Das umfasst unter anderem die Präsentation, die Aufteilung von Bild und Text, die Überschriftenstruktur und die Wahl der Formatierung. Das Ziel ist es, dem Kunden die gewünschten Informationen schnell und übersichtlich zu präsentieren.

Auf der **technischen** Ebene wird hingegen das Backend der Webseite angepasst. Dazu gehören der Quellcode, die Sitemap, einzelne Meta-Elemente, die Alt-Attribute von Bildern, der Seitentitel und ggf. auch Menü-Führung und Linkstruktur. Diese Maßnahmen helfen vor allem dabei, dass die Seite von der Suchmaschine besser gecrawlt und indexiert werden kann.

Wie läuft eine OnPage-Optimierung ab?

Die OnPage-Optimierung ist in der Regel der erste Schritt zu einer professionellen [Suchmaschinenoptimierung](#) und geschieht oft in Zusammenhang mit der Erstellung von hochwertigem [Content](#). Erreicht werden soll eine technisch einwandfreie, schnelle und gut performende Website zu einem bestimmten Suchbegriff oder Thema. Daher ist es im Rahmen der OnPage-Optimierung auch wichtig, [Keywords](#) zu recherchieren und [Landingpages](#) zu erstellen oder anzupassen. Im Einzelnen befasst sich die OnPage-Optimierung mit den folgenden Inhalten einer Webseite:

- Canonical Tags
- Content (z.B. Text, Bilder, Videos)
- Datenschutz (z.B. per SSL-Verschlüsselung)
- Duplicate Content
- Impressum
- Keyworddichte
- Ladegeschwindigkeiten
- Mikroformate
- Paginierung
- Title-Tags und Meta-Descriptions
- XML-Sitemap
- 404 Fehlerseiten.

Auch die Navigation auf einer Webseite ist Teil der OnPage-Optimierung. Hier gibt es einen fließenden Übergang zur [Conversion Optimierung](#), wo unter anderem auf eine logische Menüführung und eine geringe Klicktiefe (kurze Klickwege) hin optimiert wird.

Warum ist die OnPage-Optimierung für Shops und Unternehmensseiten so wichtig?

Durch eine OnPage-Optimierung soll die Nutzerfreundlichkeit einer Webseite verbessert werden. Das Ziel ist eine möglichst hohe Übereinstimmung mit der Intention des Nutzers und den Inhalten auf der Seite. Außerdem sollen die Inhalte auf jedem beliebigen Endgerät (Desktop-PC, Notebook, Smartphone, Tablet etc.) abgerufen werden können. Dadurch verbessert sich die User Experience (dt. Nutzererfahrung) und es besteht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass der Nutzer [konvertiert](#) – sprich Interaktionen auf der Webseite durchführt und im Idealfall Umsätze generiert.

Was ist der Unterschied zwischen OnPage- und OffPage-Optimierung?

Das Gegenstück zur **OnPage-Optimierung** sind [OffPage-Maßnahmen](#), die alle Faktoren für ein besseres Ranking außerhalb der eigentlichen Webseite betreffen – wie etwa organische [Backlinks](#), die für die eigene Webseite generiert werden können (s. [Linkmarketing](#)). Allerdings sollte die OnPage-Optimierung immer **vor** dem Aufbau von Backlinks kommen, da diese ohne entsprechend optimierte und zielführende Landingpages wenig sinnvoll wären.