

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

Vorwort

Dieser Artikel richtet sich an Gestalter und Programmierer, die ihre Internetseiten für Suchmaschinen optimieren wollen. Da Google zur Zeit eine marktbeherrschende Stellung einnimmt, richtet sich dieser Artikel an Webmaster, die Homepages für Google optimieren wollen.

Folgende Tipps sind nicht nur theoretisch, sondern basieren auf Erfahrungen im Laufe der letzten Jahre. Grundsätzlich empfiehlt es sich, eine Webseite von vornherein optimal aufzubauen. Somit entsteht keine Mehrarbeit, sondern die Optimierung geht quasi in Fleisch und Blut über und erlaubt ein effizienteres Programmieren.

URL

Den Anfang macht bereits die URL - also die Adresse - einer Seite. Damit meine ich nicht unbedingt die Hauptseite (z.B. example.org), sondern Unterverzeichnisse und Dateinamen. Kryptische Bezeichnungen (z.B. example.org/01/01.html) mögen zwar besser aussehen, aber Tatsache ist, dass Google Adressen, die etwaige Suchbegriffe enthalten, bevorzugt behandelt. Gestalte ich also z.B. die Seite für einen Fotografen, empfiehlt sich, die Adressen wie folgt aufzubauen:

example.org/fotos/fotos1.html

Oder noch besser:

example.org/fotos/portraits/fotos1.html

Im oben genannten Beispiel liefere ich Google zwei Begriffe (*Portrait* und *2x Fotos*), die direkt zum Kontext der Inhalte stehen. Sucht also jemand via Google nach "Fotos Portraits", wird meine Seite von Google eher erfasst, als eine Seite, deren Adresse nichts über den Inhalt aussagt.

Standards & Aufbau

Google geht mit der Zeit und legt Wert auf vom **W3C** erhobene Standards und Empfehlungen. Es ist demnach ratsam, seine Seite in validem **XHTML 1.0** zu schreiben und Design und Inhalte strikt voneinander zu trennen. In der Praxis sieht das folgendermaßen aus: Gerüste, Formatierungen etc. legt man via externalisiertem **CSS** fest. Die HTML-Seite besteht letztendlich nur aus CSS-Klassen und relevanten Inhalten. Das ist jedoch nicht primär als Google-Optimierung zu sehen, sondern eben als *Standard*. Beginnt man mit der Programmierung einer Seite und hält sich von Anfang an an diese *Standards*, erkennt man bereits nach kurzer Zeit die Vorzüge (z.B. Übersichtlichkeit und Dynamik).

Vom Einsatz von Frames ist generell abzuraten, denn gelangt ein Besucher via Google direkt auf einen Frame, fehlt das gesamte Gerüst der Seite samt der Navigation. Lassen sich Frames - warum auch immer - nicht vermeiden, sollte man mittels einer **JS**-Routine das Gerüst nachladen, damit der Besucher in den Genuss der kompletten Seite kommen kann. Weitere Infos dazu hier: <http://www.ideenreich.com/trickkiste/tricks91.shtml>

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

Metatags

Metatags werden weitläufig überschätzt. Google ignoriert z.B. *Keywords* gänzlich, da die Erfahrung gezeigt hat, dass viele Seitenersteller beliebte Suchbegriffe (z.B. *Sex*) einfügen, die mit dem präsentierten Inhalt nichts zu tun haben. Der Effekt ist gleich Null. Es ist natürlich nicht verkehrt (relevante!) Keywords einzufügen, aber man sollte sich nicht viel davon versprechen.

Insbesondere können Keywords, die tatsächlich nichts mit dem Inhalt der Webseiten zu tun haben, zu einer Abwertung der Webseite im Index von Suchmaschinen führen.

Titel

Der Titel einer Seite ist mindestens genauso wichtig wie die Adresse. Am besten ist es, den Titel und die URL ähnlich zu gestalten. Bleibe ich beim Beispiel des Fotografen, sollte es dann z.B. so aus:

Fotograf Hans Wurst | Fotos & Portraits | Seite 1

Damit liefert man Google nicht nur relevante Suchbegriffe (hier: *Fotograf*, *Name des Fotografen*, *Fotos* und *Portraits*), sondern der Besucher hat auch stets im Auge, wo genau auf der Seite er sich gerade befindet.

Überschätzt werden oftmals die Titel von Grafiken und Links. Beispiel:

[Suleitec.de - Support, Leistung und Technik für Ihre Webhosting Bedürfnisse">Suleitec](#)

Die durchaus relevanten Begriffe *Suleitec*, *Support*, *Leistung* und *Technik* werden von Google erfasst.

Formatierungen

Folgende Formatierungen innerhalb einer HTML-Datei sind wichtig, um von Google als relevant eingestuft zu werden:

Überschrift (ganz wichtig!)

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

Absatz

Fettschrift

Beispiel:

Portaits

Infotext blabla **Hamburg** bla blabla **Hans Wurst**

Das Strong-Tag ist im Grunde genommen das gleiche, wie das Bold-Tag (**Fett**), aber Google wertet es als "Hervorhebung" her. Man sollte etwaige Suchbegriffe innerhalb eines Absatzes also stets mit einem Strong-Tag umschließen. Will man den eigentlichen Effekt - nämlich die Fettschrift - unterbinden, lässt sich das ganz leicht im CSS festlegen:

```
strong {  
font-weight: normal;  
}
```

Somit hat das Strong-Tag keinen optischen Effekt, aber die umschlossenen Begriffe gewinnen für Google an Wert. Ähnlich ist es übrigens auch bei Überschriften. Ganz egal, wie man eine Überschrift im CSS definiert: Google "schenkt" ihr die volle Aufmerksamkeit. Beispiel:

```
h1 {  
margin: 0px;  
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;  
font-size: 11px;  
}
```

Rein optisch unterscheidet sich die Überschrift jetzt nicht mehr vom Fließtext, aber der Relevanzeffekt ist enorm. Wer jetzt einen Schritt weiter denkt, könnte auf die Idee kommen,

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

ganze Fließtexte als Überschriften darzustellen. Das ist aber nicht zu empfehlen, da die "Überschrift" dann zu 95% aus nicht relevanten Begriffen besteht und somit den "Kern" der relevanten Begriffe verwasstert.

Schummeln & Nachhelfen

Derzeit ist es noch möglich, Überschriften und Fließtexte auf einer Seite zu verbergen. Google erfasst solche *unsichtbaren* Inhalte zwar, aber ich Rate vom Missbrauch dieser Möglichkeit ab. Zum einen ist es wahrscheinlich nur eine Frage der Zeit bis Google "gelernt" hat, versteckte Inhalte zu ignorieren. Desweiteren sollte es nicht im Sinne eines Seitenbetreibers sein, Viagrasuchende Männer auf seine Seite zu locken, auf der Tüpfelarbeiten angeboten werden.

Als nächstzuletzt kann sich o.g. Methode jedoch für Betreiber von Flashseiten erweisen. Ich komme noch mal auf den imaginären Fotografen zurück: mal angenommen, es handelt sich dabei um eine Flashseite, finde ich persönlich es völlig legitim, Google auf existente Inhalte "hinzuweisen". Das könnte dann z.B. so aussehen:

```
.verborgen {  
display:none;  
}
```

Portaits

Infotext blabla **Hamburg** bla blabla **Hans Wurst**
(...)

Durch das *display:none* wird der sich im Layer befindliche Text im Browserfenster nicht angezeigt. Google erfasst den Inhalt trotzdem und eine bessere Platzierung ist gewährleistet. Ich habe allerdings schon mehrfach gelesen, dass Google solche verborgenen Inhalte ignoriert.

Hier der Gegenbeweis: <http://www.schallschnelle.de>

Der Text befindet sich in einem versteckten layer, der via JS-Navi sichtbar gemacht wird.

Der Einsatz von Javascript sollte gut durchdacht sein. Generell können Suchmaschinen nur

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

das erfassen, was in einem Browser ohne Javascript-Unterstützung dargestellt werden kann.

Die meisten anderen "Manipulationen" (z.B. das *Spiegeln* von Seiten mit identischen Inhalten) erkennt Google auch als solche. Spart euch also die Mühe und Arbeit.

Pagerank & Co

Es gibt natürlich noch weitere Faktoren, die sich positiv auf die Platzierung auswirken, aber Google lässt sich ungern in die Karten gucken. Verständlich. Coca Cola verbreitet seine Rezepte schließlich auch nicht frei im Netz. Ein durchaus wichtiger Faktor ist aber der sogenannte **Pagerank** einer Seite. Der Pagerank basiert auf einem komplizierten Algorithmus, der einen Wert zwischen eins und zehn ermittelt. Spotleid.de hat derzeit einen Pagerank von fünf, Spiegel.de acht und Froogle.com zehn (Oh Wunder). Einen Wert von sieben oder höher habe ich bis zum heutigen Tage mit noch keinem Projekt erreichen können. Weitere ausführliche Informationen bietet [eFactory](#) - u.a. wird dort der komplette (ursprüngliche) Algorithmus aufgeschlüsselt:

$$PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$$

Die erwähnten Optimierungen sind natürlich am effektivsten, wenn sie auf einer Seite und den Unterseiten gebündelt angewendet werden. Ideal ist es, wenn man in der URL, dem Titel, der Überschrift und im Fließtext die selben Begriffe verwendet.

Ein abschließender Rat: seid ehrlich und schmückt eure Seiten nicht mit fremden...

...Federn.

Dann wird's auch was mit Google.

Links zum Thema

[Wikipedia » Google](#)
[Wikipedia » XHTML](#)
[Wikipedia » Pagerank](#)
[Google.com » Webmasters](#)
[W3C](#)
[W3C Validator \(HTML\)](#)
[W3C Validator \(CSS\)](#)
[Linkliste CSS](#)

Tips für Webmaster: Google-Optimierungen

[Metatags](#)

[Dr. Web » Was Google nicht mag](#)

Eindeutige ID: #1029

Verfasser des Artikels: Marcus Krause (mit freundlicher Genehmigung von Stephan Günther)

Letzte Änderung des Artikels: 2009-06-23 20:40