



Suchmaschinen- optimierung für RapidWeaver

Suchmaschinenoptimierung für RapidWeaver.

Michael Malzahn

Ausgabe 2018.07

Imprint / Impressum

Titel und Untertitel:

Suchmaschinenoptimierung für RapidWeaver

Name des Autors: Michael Malzahn

Copyright: © 2018 Michael Malzahn

Erstausgabe: Oktober 2011

ISBN 978-3-00-041504-3

In Eigenarbeit mit Programmen wie beispielsweise RapidWeaver eine ansprechende Webseite zu erstellen ist die eine Seite. Die andere und oft vernachlässigte Seite ist, dass eine Webseite auch im Internet gefunden werden soll - gleichgültig, ob es sich um ein privates Webprojekt handelt oder um eine geschäftsmäßig erstellte Webseite.

Bei Google an die erste Stelle...?	21
Mythos Suchmaschinenoptimierung	22
Googles Wettkampf gegen die Zeit	23
Die eine Seite: Es gibt nicht nur Google	23
Die andere Seite: Google verliert an Bedeutung	23
Die Luft ist raus	25
SEO ist nicht einfach nur Marketing	26
Warum diese Anleitung?	28
Was ich mit diesem EBook möchte:	28
Was wir machen werden:	28
Leere Versprechungen	29
Schritthalten ist fast unmöglich	31
Zu dieser EBook-Version	32
Über RapidWeaver hinaus	33
„Vereinbarungen“ zu Beginn	35

Was ist ein „Rechte-Maus-Taste-Klick“?	35
Links	35
Der persönliche Blickwinkel	35
Rechtschriebpfuhler & andere Dinge	36
Hinweis zu diesem Arbeitsbuch	36
Eine nicht ganz unwichtige Bitte	36
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag	38
Das Geheimnis um Google & Co.	39
Trotz aller Veränderungen - fangen wir mit Google an...	
Gefräßige Monster	40
Google macht es sich einfach	42
Was kann eine Suchmaschine überhaupt erfassen und was macht sie mit dem Erfassten?	44
Was hat die Suchmaschine davon?	47
Was erfassen Suchmaschinen nicht?	48
Die Folge 1:	48
Die Folge 2:	49
Mythen rund um die Keywords	50
Die Wahl des Domainnamens	51
Optimierung von Datei- und Verzeichnisnamen	52
Und was ist eine „Sitemap.xml“?	53
Unterschiedliche Länder - unterschiedliche Bedürfnisse	54
Das A & O bleibt der Seiteninhalt	55
Webinhalte müssen zwingend einen Nutzwert haben	55

Am Ende.....	58
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag	59

Die Geschichte des Google-Algorithmus60

Der Google-Algorithmus ist ein Verfahren, im Internet zugängliche Dokumente anhand bestimmter Kriterien zu bewerten, einzuordnen und bei der Ausgabe in den SERPs unterschiedlich zu gewichten. Das Ganze ist eine komplizierte mathematische Formel und Googles Bestreben ist es, dem menschlichen Verhalten mit dieser Berechnung immer ähnlicher zu werden. Daher wird der Algorithmus stetig angepasst.

Google ändert sich ständig.....	61
2003 bis 2006.....	62
Boston.....	62
Florida.....	63
Andere Updates	63
2006 bis 2010	64
Caffeine.....	64
Andere Updates	64
2010 und danach.....	65
Panda	65
Penguin.....	66
Hummingbird	66
Core Update(s).....	66
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag	68

Bevor die Optimierung beginnen kann.....69

Vor der Optimierung eines Webauftritts musst du dir erst einmal darüber klar werden, was du überhaupt beabsichtigst. Und das, was du dann anstrebst, spielt sich auf unterschiedlichen Ebenen ab:

Da ist erst einmal der Bereich des Online-Marketings: Warum willst du überhaupt Inhalte ins Netz stellen? Welchen Zweck soll das verfolgen? Die andere Ebene ist die des Seitenbesuchers, der irgendwie auf deine Seite gelangen soll.

Wie und was sucht ein Suchmaschinennutzer?.....	70
Unbeherrschbare Trefferzahlen	72
Die Trefferpräsentation auf den SERPs.....	75
Suchbegriffe und Suchergebnis.....	76
Suchbegriffe müssen am Nutzer orientiert sein.....	77
Du brauchst Ziele.....	78
Einer Therapie geht immer eine Diagnose voraus.....	80
SEO ist Marketing.....	81
Was sieht der besucher zuerst von deiner Webseite?	82
Der klassische Optimierungs-Workflow.....	84
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	86
Keywords: Zauberworte der SEO.....	87
Keywords haben in der Geschichte der Suchmaschinenoptimierung ihre Bedeutung stark verändert - Keywords einfach in die Meta-Tags zu schreiben und dann den lieben Gott einen guten Mann sein zu lassen, geht eben nicht mehr.	
Keywords sind nicht einfach nur Keywords.....	88
Was heißt das für dich?	88
Keyword/Suchbegriff oder Volltextsuche?.....	89
Suchabfrage und Suchergebnis.....	91
Keywords müssen gezielt bestimmt werden.....	93
Und was machst du mit den Keywords?.....	94

Was kannst du mit dem Keyword-Planer anfangen?	96
Alternativen zum Google Keyword-Planer	100

Seitenoptimierung - Seite für Seite.....101

Wenn du dir tatsächlich die Mühe einer Keywordanalyse gemacht hast, musst deine Arbeit auch irgendwie Eingang in deine Webseiteninhalte finden.

Am besten überlässt du diese Arbeit einem professionellen Webtexter - ich schrieb es bereits. Machst du aber eh nicht, ich weiß...

Wäre aber besser.

Die Keyword-Daten verwerten	102
Optimierung der Textinhalte	103
Vorsicht! Viel hilft nicht viel.....	104
Schritt für Schritt.....	105
Hör auf, es selbst machen zu wollen.....	106
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	107
Strukturierung im Quelltext.....	108
Suchmaschinenoptimierung besteht darin, Inhalte zu erstellen, der für den Seitenbesucher einen Mehrwert bietet und diesen Content dann für die Suchmaschinen aufzubereiten. SEO ist aber kein Voodoo und kein Heilsversprechen findiger Dienstleister, sondern beruht auf guter handwerklicher Arbeit bei der Erstellung einer Webseite.	
Quelltext von oben nach unten	109
DOCTYPE-Deklaration.....	110
HTML-Container.....	111
Meta-Tags.....	112
Structured Meta Data	123
Spezielle Tags:	124

Social-Graph-Tags.....	127
Tags, die du eigentlich vernachlässigen kannst.....	128
Und was sind das für Tags: DC-Tags...?	131
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	132

Den Webauftritt strukturieren133

Ein wichtiger Punkt, der oft übersehen wird und der bereits vor Erstellung einer Webseite bedacht werden sollte, ist die Wahl des Domainnamens (=URL). Ein Seitenbesucher, der sich eine Internetadresse merken soll, merkt sich reale Namen wie „www.handwerkermeister-meier.de“ mit weit größerer Wahrscheinlichkeit wie „www.hndwrkr-meier.de“ - auch wenn's vielleicht nicht ganz so hipp klingt.

Obwohl...

Grundsätze der Domainnamenwahl.....	134
Die vorläufige Schlussfolgerung:.....	134
Rechtliche Probleme bei Domainnamen.....	135
Länderkennzeichnung der URLs	136
Die Bedeutung des Domainalters.....	137
Doppelte Erreichbarkeit von Domains.....	139
Serverpfade und Wahl der Seiten- und Ordernamen	141
„Tidy Website Links“ - Links abkürzen.....	143
Webseitenverzeichnis	146
Verzeichnistiefe.....	146
Verzeichnisstabilität.....	147
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	149

Contentgestaltung für die Suchmaschinen150

Wie bei einem Textverarbeitungsprogramm nur mal so nebenbei Texte, Bilder und ein paar Links zusammen zu stellen und diese dann, ein wenig zu formatieren und so lange zu verschieben bis sie am vermeintlich richtigen Platz liegen, geht bei der Erstellung einer Webseite nicht.

Content is King.....	151
Der Seitenbesucher und die Contentgestaltung.....	152
Benutzerfreundlichkeit und Gliederung.....	154
Zielsetzung und Gliederung	155
Schrittweises Erfassen von Webseiteninhalten.....	156
Seitengliederung per Überschrift.....	160
Header und Subheader	162
Überschriften im Content	162
Textformatierung: Abschnittsgliederung.....	163
Beispiel Praxiswebseite	163
H-Tags als Suchmaschinenfutter	166
H-Tags und RapidWeaver	166
Semantische Inhaltsstrukturierung.....	168
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	170
To-Do-Liste für RapidWeaver.....	171
<p>RapidWeaver bietet ja nun bekanntermassen keine Möglichkeit, den Quelltext zu bearbeiten - und die Mehrzahl der RapidWeaver-Nutzer wäre damit auch überfordert. Wo findest du nun also die Möglichkeit, suchmaschinenrelevante Eingaben zu machen oder Veränderungen an den oben beschriebenen Elementen des Quelltextes vorzunehmen...?</p> <p>Gehen wir das der Reihe nach durch...</p>	
Verzeichnisstruktur	172
Project Settings.....	173

General.....	173
Advanced Settings.....	175
Page Inspector	177
General.....	178
Meta Tags.....	180
Überschriftenformatierung per Fenstermenü.....	182
Semantische Überschriften	183
Suchmaschinenoptimierung für Bilder bzw. Bildformatierung mit dem Mediaeditor.....	185
Filename.....	187
ALT-Tag.....	187
TITLE-Attribut.....	188
Bildgröße	188
Umliegender Text.....	189
Meta-Daten	189
Klickrate und Verweildauer.....	189
Ohne Bedeutung.....	190
Der Mediaeditor im Stacks-Plugin.....	190
Ablage-Ordner - URL des Bildes.....	191
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	192
Hilfsmittel für RapidWeaver	194
In den Weiten des Internets kannst du einen Haufen SEO-Tools finden, die sich aber vornehmlich an Profis richten und auch gehörig Geld kosten. RapidWeaver hat aber ein SEO-Tool eingebaut und mit SEO Rx und Peek gibt es eine praxisgerechte Drittanbieterlösungen.	
Health Check	195

SEO Rx.....	197
Peek.....	200
Google Page Speed Insights.....	207
WiseSEO und andere.....	208
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	210

Deine Webseite bekannt machen.....211

Eine Webseite zu erstellen und zu veröffentlichen ist heute nicht mehr allzu schwer, dafür gibt es genügend Baukastensysteme, die versprechen, das Erstellen einer Website ganz einfach zu machen - im „allerschlimmsten“ Fall nimmst du halt RapidWeaver.

Wobei ich dir jetzt einen längeren Vortrag darüber halten könnte, mit welchen Steinen der Do-it-Yourself-Weg zur Website eigentlich sein kann...

Niemand kennt deine Webseite.....	212
Seitenanmeldung bei Google.....	214
Erste Begegnung mit der Search Console.....	215
Seitenanmeldung bei Bing.....	218
Uns sonst...?.....	219
Hinweis zur Automatischen Seitenanmeldung.....	220
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	221

Ein Inhaltsverzeichnis für Google.....222

Ein wenig verwirrend mag dies sein:

Es gibt ein zur Standardausstattung von RapidWeaver gehörendes Plugin „Sitemap“ und ein Drittanbieter-Plugin „Sitemap Plus“; zusätzlich gibt es noch eine Steuerungsdatei „sitemap.xml“, die man in den Projekteinstellungen konfigurieren kann. Alles hat irgendwie miteinander zu tun (oder auch nicht).

Doch der Reihe nach...

Die Datei „sitemap.xml“	223
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	225

Die Robots-Anweisung.....226

Die Robots-Anweisung steuert die Zugriffe der Crawler.

Mit der Robots-Anweisung (Robots Exclusion Protocol) hatten wir uns bereits im Kapitel „Seitenaufbau und Suchmaschinenoptimierung“ relativ kurz befasst - hier ging es um eine Robots-Anweisung, die als Meta-Tag im Quelltext einer jeden einzelnen Webseite angelegt ist.

Während die „sitemap.xml“ ein Wegweiser für die Crawler der Suchmaschinen ist, ist die robots.txt eine Liste, was dem Crawler erlaubt ist und was nicht.

Allgemeines zur Robots-Anweisung.....	227
Der Speicherort einer robots.txt	228
Der Aufbau einer robots.txt.....	229
Eine ROBOTS-Anweisung für RapidWeaver-Seiten	232
Bad Bots den Kampf ansagen	234
Weitere mögliche Anweisungen.....	236
Notfallmassnahme.....	237
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag.....	238

Hilfsmittel für RapidWeaver-SEO.....239

Grundsätzlich kannst du die suchmaschinentechnische Aufbereitung deines Webprojekts auch komplett „zu Fuß“ erledigen.

Aber es gibt ein paar rapidweaverspezifische Hilfsmittel, die dir das Leben einfacher machen.

Das Plugin "Sitemap Plus"	240
SEO-Helper-Stack der Foundation-Suite.....	246
RapidBot.....	248

Webseiteninhalt mit Benutzermehrwert.....249

Bislang haben wir uns mit technischen Möglichkeiten im Untergrund einer Webseite befasst. Letztlich spielt sich für den aber Seitenbesucher alles auf der Browseroberfläche ab - mehr will er gar nicht sehen...

...und weil der Seitenbesucher nur die Oberfläche sieht, müssen wir uns an eben diesem Seitenbesucher ausrichten. Und Webseiten müssen einen Nutzen für den Seitenbesucher haben.

Der Besucher deiner Webseite.....	250
Orientiere dich am Seitenbesucher	252
Benutzerfreundlichkeit: „Usability“	253
Barrierefreiheit: „Accessibility“	254
Landingpages.....	257
Das Besucherverhalten testen.....	259
Webseiten mit realen Testpersonen testen.....	259
Besucherverhalten analysieren	260
Zusammengefasst.....	261

Inhalte mit Keywords aufbereiten.....262

Webseiten müssen beim Seitenbesucher in irgendeiner Form Aufmerksamkeit wecken, sonst verliert er das Interesse an dieser Seite und klickt schneller weg, als dem Seitenbetreiber lieb sein kann.

Webseiten müssen aber auch maschinenlesbare Anknüpfungspunkte für Suchmaschinen in Form von Keywords bieten. Anhand dieser Keywords sortieren Suchmaschinen die Webseite in ihren Datenbankbestand ein und anhand dieser Keywords erscheinen Webseiten in den Suchergebnissen.

Tauchen wir noch einmal ein in die Welt der Keywords...

Kurze Wiederholung zum Einstieg.....	263
Welche Keywords sind angesagt?.....	265
Keyword-Verteilung.....	269

Texte professionell erstellen lassen	270
Zusammengefasst	272

Off-Page-Optimierung.....273

Bislang hatten wir uns schwerpunktmäßig mit den Möglichkeiten der „On-Page-Optimierung“ befasst. Über „Off-Page-Optimierung“ ist es möglich mit Optimierungen außerhalb der eigenen Seite das Ranking einer Webseite zu beeinflussen.

Im Zentrum steht hier die „Linkpopularität“.

Links ist besser als Rechts	274
Linkbuilding bzw. Linkaufbau	276
Möglichkeiten des Linkaufbaus für „Arme“	277
Links kaufen...?	281
Webverzeichnisse und Webkataloge.....	282
Zusammengefasst	284

Spezialwissen.....285

Wir müssen uns noch mit ein paar speziellen Dingen beschäftigen, die bislang zu kurz gekommen sind...

Duplicate Content.....	286
Duplicate Content - was ist das?.....	286
Duplicate Content - was tun?.....	287
Eine weitere Möglichkeit:.....	288
Geschwindigkeit des Seitenaufbaus.....	290
Doorway Pages und versteckte Keywords.....	293
Doorway Pages.....	293
Versteckte Keywords.....	294

Ranking und Pagerank	295
Zusammenfassung und Arbeitsauftrag	297

Erfolgsanalyse298

Wenn du auf eine Erfolgsanalyse verzichtest, wird Suchmaschinenoptimierung schnell zu einem reinen Stochern im Nebel.

Du solltest schon wissen, wie Seitenbesucher auf deine Website gefunden haben, wie deren Surfverhalten war, wie lange sie auf deinen Seiten waren usw.

Für diese Aufgaben benötigst du ein Hilfsmittel, das genau diese Daten erfasst, speichert und analysiert. Ob du dabei aber mit Kanonen auf Spatzen schießen musst, ist eine andere Frage...

Tracking mit Bordmitteln von RapidWeaver	299
Tracking-Tools - Wozu?	300
Vom wem wird meine Seite aufgerufen?	300
Wie ist der Seitenbesucher auf meine Seite gelangt?	300
Was macht der Seitenbesucher auf meiner Seite?	301
Technische Merkmale:.....	301
Datenschutzproblematik und Lösungsansätze	303
Was bleiben dir für Möglichkeiten?	304
Wege, die Datenschutzproblematik zu entschärfen	305
was ist für dich überhaupt interessant?	307
Zielsetzung deiner Seite	307
Aufrufzeiten und Verhaltensmerkmale	308
was machst du mit den Informationen?	309
Alternativen zu Google & Co	311
Zusammengefasst	313

Validierung von Webseiten.....314

Wenn du Autofahren willst, musst du dich an bestimmte Regeln halten. Solche Regeln machen ihren Sinn und sorgen für einen flüssigen Straßenverkehr. Hältst du dich nicht an die Regeln, bekommst du einen Strafzettel, sobald du erwischt worden bist oder aber du gefährdest dich und andere.

Und genauso gibt es auch Regeln für Webseiten.

Ranken valide Webseiten besser?.....	315
W3C - das „World Wide Web Consortium“	317
DOCTYPE-Deklaration.....	317
Zeichensatz.....	317
Fehleranzeige im Validator und Konsequenzen	318
Validierungsfehler und Suchmaschinenoptimierung.....	319
Zusammengefasst.....	321

Häufige Fehler.....322

Fehler bei der Suchmaschinenoptimierung haben Auswirkungen darauf, wie gut deine Webseite im Internet angenommen wird bzw. wie gut sie ihr Ziel erreicht.

Mindestens aber schöpft eine Seite, die nicht alle Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung nutzt (und RapidWeaver bietet von Haus reichlich Möglichkeiten) ihr Potential nicht aus.

Im schlimmsten Fall führt eine nicht oder falsch durchgeführte Suchmaschinenoptimierung zum Verlust des Rankings oder die Seite fliegt gar aus dem Index.

Häufig gemachte Fehler sind:	323
Seitenkonzept:.....	323
Keywords:	323
Seitenformate oder Dateiformate von Inhalten:	324
Meta-Tags:	324

Doppelter Inhalt:	324
Usability:	325
Domainnamenwahl und URL:	325
Verlinkungen:	325
Linkaufbau und Backlinks:	326
Mangelnde Anpassung:	326
Content:	326
Suchmaschinenoptimierung kostet Zeit Geld	327
Suchmaschinenoptimierung ist ein laufender Prozess	328
Zusammengefasst.....	329

SEM statt SEO...? Oder gar SEA...?330

Google mit seinem AdWords-Programm und in ähnlicher Weise auch Facebook bieten eine einfach zu nutzende und von Budget her gut steuerbare Möglichkeit, eine Webseite bekannt zu machen.

Gerade als Betreiber einer begrenzt umfangreichen Webseite und einem begrenzten Budget kannst du auf diese Weise einiges erreichen.

Je kleiner die Seite, desto schwieriger.....	331
SEO, SEM, SEA oder was...?.....	332
Anzeigen im Web schalten.....	332
SEO	333
SEM.....	333
SEA / Suchmaschinenwerbung	334
Die beiden wichtigsten Ansätze für Onlinewerbung.....	335
Welchen weg wählen?.....	336
Facebook macht es besser:.....	336
Zusammengefasst.....	338

Abschließende Zusammenfassung.....339

Auf den hinter uns liegenden über 300 Seiten hast du dich durch reichlich trockenen Text gearbeitet. Ich will daher noch einmal die wichtigsten Dinge rund um Suchmaschinenoptimierung in wenigen Worten zusammen fassen.

Ständige Veränderungen	340
Analyse und Zielsetzung.....	341
Domainnamenwahl und Verzeichnispfade	341
Das Webseitenverzeichnis.....	342
Seitenaufbau im Untergrund.....	343
Seitenaufbau an der Oberfläche.....	343
Gliederung des Seiteninhaltes.....	344
Denke an Barrierefreiheit.....	344
Sorge für Popularität	345
Sorge für Aktualität.....	345
Werte die Seitenzugriffe aus aus.....	346

Eine Suchmaschine zum Suchen nutzen.....347

Suchmaschinen sind unverzichtbare Hilfsmittel bei Recherchen jeder Art. Leider bleibt das Ergebnis oft hinter den Erwartungen zurück - es wird keine verwertbare Information gefunden. Mit den gut gestalteten Suchanfragen kann man das ändern.

Die Grundfrage ist: Wie kann man im Datenchaos des Internets die gewünschten Informationen finden?

Hilflose Suchanfragen.....	348
Wo suchen?.....	349
Was suchen?.....	350
Erweiterte Suchoptionen	352
Bei Google & Co nichts gefunden?.....	354

SEO-Support	356
Literaturhinweise und Linktipps	357
Credits	358
Der Autor	359

Worum geht es denn überhaupt?



In Eigenarbeit mit Programmen wie beispielsweise RapidWeaver eine ansprechende Webseite zu erstellen ist die eine Seite. Die andere und oft vernachlässigte Seite ist, dass eine Webseite auch im Internet gefunden werden soll - gleichgültig, ob es sich um ein privates Webprojekt handelt oder um eine geschäftsmäßig erstellte Webseite.

BEI GOOGLE AN DIE ERSTE STELLE...?

Jeder von uns hat schon mal eine Suchmaschine genutzt - im deutschsprachigen Raum wird das in der Mehrzahl der Fälle Google gewesen sein. Google listet die Trefferergebnisse auf unterschiedlichen *Suchergebnisseiten* (=SERPs = *Search Engine Result Pages*) auf - jeweils 10 Trefferergebnisse finden sich auf jeder Seite.

Die Wenigsten, die eine Suchanfrage stellen, sind daran interessiert, sich durch unzählige SERPs durchzuarbeiten bis sie endlich einen zur Suchanfrage passenden Treffer finden. Die Mehrzahl der Sucher bleibt in der alltäglichen Praxis bereits bei der 1. Suchergebnisseite hängen - viele wissen noch nicht einmal, dass es außer der ersten Seite noch weitere Seiten gibt:

- 70% Prozent der Besucher klicken auf Seite 1 und davon klicken etwa 2/3 der Seitenbesucher nur auf die drei obersten Suchergebnisse, 55% der Besucher schauen sich sogar nur das 1. Ergebnis an
- Nur 30% der Besucher besuchen auch noch die 2. Suchergebnisseite und
- Nur 10% der Seitenbesucher schauen sich die 3. oder eine der nachfolgenden Suchergebnisseiten an

Eigentlich ist das ein trauriges Bild, das die Seitenbesucher abgeben und jeder wird sich denken können, was das für das Wettrennen um die vermeintlich guten Plätze bei Google & Co bedeutet:

Jeder will möglichst an die erste Stelle der Suchergebnisse.

Aber das ist schon der erste Fehler.

MYTHOS SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Leider sind die Vorstellungen, wie man erreicht, auf einen guten Platz in den SERPs zu kommen, relativ dürftig und so kursieren allerlei Mythen rund um das Thema Suchmaschinenoptimierung. Diese Mythen reichen von „Suchmaschinenoptimierung ist purer Voodoo, bei dem den Kunden Geld aus der Tasche gezogen wird“ bis hin zu unhaltbaren Versprechungen a la „ich bringe Sie bei Google auf den vordersten Platz“.

Viele Webseitenbetreiber denken tatsächlich, es bedürfe nur ein paar wie auch immer gearteter Tricks um ein derartiges Ziel zu erreichen und diese Webseitenbetreiber treffen dann auf einen Haufen findiger, oder besser windiger Zeitgenossen, die ihnen für viel Geld das Blaue vom Himmel herunter versprechen.

Dabei hat Suchmaschinenoptimierung weder etwas mit (fragwürdigen) Tricks zu tun noch kann irgendjemand sicher stellen, dass er es schafft, mit 100%iger Sicherheit eine Webseite „bei Google & Co. nach ganz oben“ zu bringen. Und um auch das gleich noch auszuräumen:

Niemand, wirklich absolut niemand, kann sich gegen Geld bei Google & Co bessere Suchmaschinenplätze erkaufen.

Suchmaschinenoptimierung ist nämlich ganz einfach eine eher schnöde Handwerksleistung: Keine Tricks, keine faulen Versprechen - aber auch keine unerfüllbaren Erwartungen. „Jeder will bei Google an die erste Stelle der Suchergebnisse“ deutete ich gerade an. Und ich schrieb weiter, dies sei bereits der erste Fehler - warum...?

Klar, vielleicht siehst du es als zielführend an, wenn deine Webseite auf den vorderen Plätzen der SERPs „rankt“, also an einer bestimmten und vermeintlich guten Position auftaucht. Nur macht das nicht wirklich den alleinigen Sinn der Suchmaschinenoptimierung aus.

GOOGLES WETTKAMPF GEGEN DIE ZEIT

Die eine Seite: Es gibt nicht nur Google.

Google ist sicher die bekannteste Suchmaschine, immerhin spricht man bei Suchvorgängen vom „Googlen“. Aber neben Google gibt es noch einige andere wichtige Suchmaschinen, deren Name einige von uns immerhin schon mal gehört haben: *Bing, Yahoo, Yandex, Baidoo* etc. Leider haben es alle diese Suchmaschinen nicht geschafft, Google hierzulande auch nur die Stirn zu bieten. Allerdings gibt es gerade auch aus datenschutzrechtlichem Interesse ein paar Newcomer, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen - eine Bedrohung für Googles Vormachtstellung sind sie jedoch nicht.

Suchmaschinen wie beispielsweise *DuckDuckGo*, die sich damit einen Namen gemacht haben, dass sie den Datenschutz in den Vordergrund stellen, sind allerdings gar keine eigenen Suchmaschinen, sondern setzen alle auf Google auf und bieten lediglich einen datenschutzmäßig etwas geschützteren Zugang zu Googles Datenbanken.

Die andere Seite: Google verliert an Bedeutung

Jeder redet vom „Googlen“, wenn er im Internet etwas sucht. Tatsächlich nimmt Googles Bedeutung bei Suchvorgängen aber rasant ab. Es gibt Branchen, da spielt Google heute überhaupt keine Rolle mehr:

Wenn du beispielsweise ein Hotelzimmer suchst, wirst du kaum Google bemühen, sondern du suchst eines der zahlreichen Hotelportale auf und suchst dort, denn genau hier bekommst du eine Fülle spezialisierter und zielgerichtet aufbereiteter Informationen, die die Google in dieser Weise nie bieten würde. Vergleichbar, wenn du beispielsweise einen Arzt suchst. Google spielt hier nur noch eine nachgeordnete Rolle.

Es gibt Zielgruppen im Internet, die bewegen sich nur noch im „geschützten“ Rahmen bestimmter sozialer Medien - Facebook ist hier sicher die bedeutendste Plattform. Diese Zielgruppen suchen nicht mehr, sondern sie stolpern von einem Post zum nächsten und konsumieren, was der Zufall in ihre Timeline schaufelt. Bei *Twitter* genau das gleiche. Oder bei *Amazon*, *eBay*, *YouTube*...

Dann gibt es Plattformen wie *Pinterest* oder *Instagram*, die das Web mittlerweile beherrschen: Es gibt Zielgruppen, die gehen zuerst auf diese Plattformen, wenn sie etwas suchen. Sie lassen sich von der Bilderflut treiben und schauen, was sich ihnen bietet. Eine klassische Suchmaschine wird nur noch im Notfall genutzt.

DIE LUFT IST RAUS

Es ist sicherlich Quatsch zu behaupten, SEO sei tot. Ich glaube, seit der Begriff „Suchmaschinenoptimierung“ erstmals auftauchte, wird behauptet, SEO sei tot. SEO ist sicher nicht tot, aber die Luft ist raus und die klassische Suchmaschinenoptimierung, wie wir sie noch vor zwei, drei Jahren kannten, gibt es heute so nicht mehr.

Wenn du heute eine Seite so aufbereiten möchtest, dass sie im Internet gefunden wird, stehen andere Faktoren im Vordergrund - eigentlich könntest du deine ganzen Optimierungsvorgänge auf diesen einen Satz zentrieren:

Deine Inhalte müssen für den Seitenbesucher relevant sein.

SEO IST NICHT EINFACH NUR MARKETING

Deine Problemstellung ist diese: Du willst etwas per Webauftritt verkaufen oder du willst eine Information per Webseite verbreiten - dies geht ohne Zweifel mit größerem Erfolg, wenn deine Webseite an einer Stelle des Internets auftaucht, an der sie mit höherer Wahrscheinlichkeit angeklickt wird. Und dein Webauftritt muss dem Seitenbesucher irgendeinen Mehrwert bieten - reines Marketinggewäsch oder immer wieder gleich formulierte Aussagen locken niemanden mehr hinter dem Monitor hervor. Ja, die Suchergebnisseiten (= SERPs) der klassischen Suchmaschinen (also Google) sind wichtig, aber wichtig ist auch die zielgruppengerechte Präsenz auf einigen anderen Plattformen.

Am Ende zählt allerdings nicht, ob deine Webseite bei Google oder den anderen bereits genannten Plattformen an prominenter Stelle zu finden ist, sondern ausschließlich, ob das Ziel, das du mit der Webseite anstrebst, auch erreicht wird:

- Macht der Seitenbesucher auf deiner Webseite das, was du beabsichtigt hast?
- Kauft der Kunde auch wirklich etwas bei dir?
- Tritt der Seitenbesucher am Ende mit dir in Kontakt und vereinbart einen Termin in deiner Kanzlei oder deiner Praxis?
- Erteilt dir der Seitenbesucher tatsächlich einen Auftrag und wird so zu deinem Kunden?

All das kann auch die beste Position auf den SERPs (also ein gutes „Ranking“) nicht wirklich gewährleisten. Allerdings ist das Ranking ein nicht unwichtiger Baustein auf dem Weg zu diesem Ziel. Letztlich ist es nicht wichtig, bei Google an der ersten Stelle zu stehen oder bei den anderen Plattformen nach oben geschauelt zu werden, sondern ausschließlich, ob du dein spezifisch gesetztes Marketingziel erreicht hast.

**Dazu musst du dieses Ziel aber überhaupt erst einmal bestimmt haben.
Und das ist der erste Schritt der Suchmaschinenoptimierung.**

Zur technischen Vorgehensweise der Optimierung: RapidWeaver bringt gute Werkzeuge für die klassische Suchmaschinenoptimierung. Diese sind die Voraussetzungen dafür, dass eine Webseite auch gefunden wird:

- RapidWeaver baut einen relativ sauberen und guten Code
- RapidWeaver baut Webseiten, welche eine Suchmaschine nicht von vornherein behindert und
- RapidWeaver lässt es zu, dass du gezielte Maßnahmen ergreifen kannst, die deine Chancen im suchmaschinentechnischen Rattenrennen deutlich verbessern

Allerdings: Du musst wissen, wie du die Voraussetzungen auch so nutzt und anwendest, dass sich am Ende auch der gewünschte Erfolg einstellt.

All das funktioniert mit den Möglichkeiten, die RapidWeaver von Haus aus mitbringt. Die Optimierungsmöglichkeiten lassen sich aber auch durch ein paar Drittanbieter-Plugins oder -Stacks erweitern bzw. vereinfachen. Und letztlich funktioniert eine gute Suchmaschinenoptimierung vor allem auch durch lesenswerten Inhalt.

Ohne lesenswerten Inhalt ist deine Seite nichts wert.

WARUM DIESE ANLEITUNG?

Was ich mit diesem EBook möchte:

Ich möchte Antworten auf die immer wieder gleichen Fragen geben. Ich möchte aufzeigen, wie Suchmaschinenoptimierung in Zusammenhang mit Programmen wie RapidWeaver funktioniert und wie du vorgehen musst, um zu einem guten Ergebnis zu kommen.

Was wir machen werden:

Zuerst werden wir uns erst einmal damit befassen, welchen Sinn Suchmaschinenoptimierung abseits der Idee, dass du mit SEO bei „Google an die erste Stelle“ kommst, macht. Wir werden uns anschauen, wie eine Webseite aufgebaut ist und wo in diesem Unterbau Stellen zu finden sind, die für eine Suchmaschine interessant sein können - und nein, es sind nicht die *Keywords* im *Meta-Tag-Bereich*.

- Wir werden uns anschauen, dass Suchmaschinenoptimierung viel mit Benutzerverhalten und den Erwartungen der Seitenbesucher zu tun hat
- Wir werden einen Ausflug in die inhaltliche Aufbereitung einer Webseite abseits der sprachlichen und grammatischen Rahmenbedingungen machen
- Wir werden uns damit befassen, welche strukturellen Voraussetzungen eine Webseite haben sollte und welche Konfigurationen du auf dem Server vornehmen kannst
- In Grenzen werden wir auch deine Webseite verlassen und schauen, welche Möglichkeiten es außerhalb gibt, um deine Webseite bekannt zu machen

- Wir werden versuchen, den Erfolg (oder den Misserfolg) deiner Suchmaschinenoptimierung zu messen. Und letztlich schauen wir auch noch nach vermeidbaren Fehlern
- Und tatsächlich werden Keywords durchaus im Zentrum unserer Betrachtung stehen - aber nicht dort, wo du es vermuten würdest

Für die Kürze dieses EBooks ist das recht viel, aber das EBook richtet sich nicht an professionelle Suchmaschinenoptimierer, sondern an jene, die ihre Webseiten selbst erstellen - und die in aller Regel wenig Ahnung von der Materie haben und deren Kenntnis sich meist darin erschöpft, dass Keywords in den Meta-Tag-Bereich geschrieben werden sollen.

Wobei genau das falsch ist.

Leere Versprechungen

Eines vorab: Alle Weisheit der Suchmaschinenoptimierung muss sich in der Praxis beweisen. Ich liefere dir hier keinesfalls die ultimativen Tricks, mit der deine Webseite noch vor der ersten Suchergebnisseite von Google & Co auftauchen wird, mindestens aber an deren ersten drei Stellen. Mal abgesehen davon ist das heute nicht mehr das wichtigste Ziel in der Suchmaschinenoptimierung. Ich zeige dir aber, was zum soliden SEO-Handwerkszeug gehört und was ein absolutes Muss ist, wenn du in irgendeiner Weise Einfluss auf die Positionierung deiner Seite bei den Suchergebnisseiten willst.

Was diese Anleitung sicher nicht leisten kann, ist die Optimierung z.B. eines umfangreichen Shops - aber so etwas würdest du ohnehin nicht mit RapidWeaver umsetzen wollen. Hier sollten dann Profis heran - allerdings muss dir klar sein, dass Suchmaschinenoptimierung ein beliebtes Arbeitsfeld für allerlei Scharlatane ist, die dir das Blaue vom Himmel versprechen, gutes Geld dafür kassieren und dich dann mit deiner Seite bzw. deinem Shop alleine lassen.

Suchmaschinenoptimierung ist auch kein Prozess, den du erledigst, bevor du deine Webseite zum ersten Mal auf den Server exportierst - Suchmaschinenoptimierung ist ein laufender Vorgang, der bereits bei der Konzeption deines Webauftritts beginnt und nie endet:

- Du wirst ständig die Zugriffe auf deine Seite im Auge behalten müssen und den Seiteninhalt aus Sicht der Suchmaschinen anpassen müssen
- Du wirst extern abseits deiner Webseite aktiv werden müssen und du wirst begreifen müssen, dass eine Webseite nur ein Marketingkanal unter vielen ist

SCHRITTHALTEN IST FAST UNMÖGLICH

Leider muss ich dich auf drei Dinge hinweisen:

- Google ändert seine *Suchalgorithmen* ständig - die Tendenz, wohin die Reise geht, ist zwar klar, aber bereits während ich dieses EBook schreibe, sind manche Dinge nicht mehr aktuell. Trotzdem ist die im EBook angebotene Information nicht etwa nutzlos - du darfst aber im Einzelfall nicht überrascht sein, wenn das eine oder andere nicht mehr die gleiche Wichtigkeit besitzt wie zu der Zeit als ich das EBook verfasst habe
- Google ändert ständig die Darstellung seiner Suchergebnisseiten und auch die Möglichkeiten, eine Suchabfrage zu stellen. Daher ist auch der eine oder andere Screenshot eventuell nicht mehr ganz auf der Höhe der Zeit, wenn du dieses EBook liest. Und Google ändert auch alle Nase lang die Tools für die Suchmaschinenoptimierung
- Und Google ist heute nicht mehr das, was es einmal war. Google ist ein Weg unter anderen, über den potentielle Seitenbesucher auf deine Seite gelangen

ZU DIESER EBOOK-VERSION

Dieses EBook erschien vor fast acht Jahren zum ersten Mal. In der Zwischenzeit hat sich in Sachen Suchmaschinenoptimierung ungeheuer viel getan - acht Jahre sind eine Ewigkeit. Ein paar der alten Grundsätze gelten immer noch, ein paar der alten Praxishinweise werden überdauern, aber trotzdem ist nach einem Jahr der Zeitpunkt gekommen, das EBook zu aktualisieren.

Im wesentlichen habe ich den Inhalt auf das konzentriert, was für den RapidWeaver-Nutzer wichtig ist, alles andere habe ich heraus gestrichen. Insbesondere gehe ich auch auf das SEO-Tool *Health* ein, das RapidWeaver von aus aus mitbringt und auch das Drittanbieter-Plugin *SEO Rx*.

ÜBER RAPIDWEAVER HINAUS

Suchmaschinenoptimierung ist keine Angelegenheit, die sich auf ein einzelnes Programm beschränkt. Die Grundsätze der Suchmaschinenoptimierung gelten programmübergreifend und deshalb kannst du vieles, was in diesem EBook für RapidWeaver beschrieben wird, auch in anderen Programmen umsetzen.

Google & Co geben als Schnittstellen zwischen Internetnutzer und Webseite mit ihren Algorithmen die Kriterien vor, wie eine Webseite zu erstellen bzw. so zu optimieren ist, dass sie nachher an einer möglichst guten Stelle in den Suchergebnisseiten auftaucht.

Es gibt einmal bestimmte Ansatzpunkte im Quellcode, die für eine Suchmaschine aufbereitet werden können. Diese Ansatzpunkte gibt es in allen Programmen - wenn auch die die Zugänge für die praktische Optimierung jeweils andere sein mögen.

RapidWeaver folgt hier keinem anderen Muster wie z.B. ein *Wordpress*-Blog oder eine handcodierte Webseite. Allerdings bieten Seitenentwicklungssysteme wie RapidWeaver oder Wordpress praxisgerechte Schnittstellen zu den suchmaschinenrelevanten Stellen im Quellcode. Bei RapidWeaver ist es z.B. der *Page Inspector*, bei Wordpress wird du dich einiger Plugins bedienen müssen. Andere Programme haben andere Zugangsmöglichkeiten und der Handcodierer (gibt es den eigentlich noch...?). wird diese Arbeit direkt im Quellcode erledigen müssen.

Im Zentrum der Suchmaschinenoptimierung steht ohnehin der zu transportierende Inhalt. Wenn der nicht an den Interessen des potentiellen Seitenbesuchers ausgerichtet ist, wird die Webseite auf wenig Gegenliebe stoßen und keine Chance auf die guten Plätze der Suchmaschinenoptimierung haben. Auch damit befassen wir uns - und diese Grundsätze gelten über die Grenzen von RapidWeaver hinaus.

Am Ende bleibt sowohl die Vorgabe wie auch das Vorgehen zumindest ähnlich..

Du kannst diese EBook-Anleitung daher ohne Weiteres auch nutzen, um jede andere Webseite zu analysieren und zu optimieren. Was dir allerdings bewusst sein sollte:

Dieses EBook ist für jene geschrieben, die kleinere Webprojekte umsetzen wollen, die ihre Seiten mit Hilfe von RapidWeaver & Co vielleicht sogar selbst erstellt haben. Für umfangreiche Firmenauftritte, für die Optimierung eines Shops solltest du mehr Aufwand betreiben - das kostet dann aber auch gehörig Geld und die Auswahl eines geeigneten und reell arbeitenden Suchmaschinenoptimierers wird sicher nicht einfach einfach sein. Aber dieser Mehraufwand kann sich am Ende rechnen.

Grundsätzlich sollten Webprojekte -egal ob sie mit RapidWeaver oder irgendeinem anderen Programm erstellt wurden- von vornherein so aufgebaut werden, dass die Arbeit einer nachfolgenden Suchmaschinenoptimierung begrenzt bleibt.

Und v.a. musst du Inhalte bieten, die einen Mehrwert besitzen.

„VEREINBARUNGEN“ ZU BEGINN

Was ist ein „Rechte-Maus-Taste-Klick“?

Ein erfahrener Nutzer weiß, was ein *Rechte-Maus-Taste-Klick* ist:

Über einen Klick der rechten Maustaste, auch *Rechtsklick* genannt, öffnet sich ein **Kontextmenü** mit verschiedenen Einträgen.

Da Apple-Mäuse früher keine rechte Maustaste besaßen, erreichte man das Kontextmenü durch Klicken mit der Maus bei gehaltener *CTRL-Taste* an der Rechner-Tastatur (deshalb spricht man oft auch von *CTRL-* oder *Control-Klick*).

Um den **CTRL-Klick** allein mit der Maus durchzuführen, muss du in den Maus-Systemeinstellungen ggfs. erst das entsprechende Häkchen setzen. Vergleichbares gilt für das Trackpad.

Links

Das EBook enthält einige **externe Links**. Diese Links sind als solche markiert. Links können sich aber verändern, u.U. wird die URL hinter dem Link irgendwann nicht mehr stimmen - solltest du einen fehlerhaften Link finden, wäre es gut, wenn du mir das mitteilen könntest.

Der persönliche Blickwinkel

Zum persönlichen Stil des EBooks gehört, dass ich dich als Leser mit „du“ anspreche. Das mag einigen nicht gefallen - damit wirst „du“ aber leben müssen, auch wenn „du“ im sonstigen Leben das förmlichere „Sie“ bevorzugst. Dem Inhalt des EBooks sollte dies nicht im Wege stehen...

Rechtschreibfehler & andere Dinge...

Ich bin kein Germanist. Und so erlaube ich mir eine gewisse Freiheit im Umgang mit Angelegenheiten rund um Rechtschreibung & Co - mir ist es wichtiger, dass wir uns auf den Inhalt konzentrieren. Ich bin sicher, auch das wird dem Einen oder Anderen nicht gefallen - aber das Leben ist nun einmal hart...

Wenn du mir helfen willst, das EBook zu verbessern, kannst du auf die Webseite „[Errata in den E-Books](#)“ gehen und mir die aufgefundenen Fehler melden. Besten Dank dafür...

Wofür ich allerdings kein Verständnis habe ist es, wenn du mir eine Mail schickst mit dem Inhalt „*Alles Mist, ich hab' das alles schon gewusst*“. Dann müsstest du dich nämlich fragen lassen, warum du eine solche Anleitung nicht selbst geschrieben hast...

Hinweis zu diesem Arbeitsbuch

Dieses Arbeitsbuch liegt derzeit in der zweiten Version vor und. Screenshots stammen aus OS 10.11 und RapidWeaver 7. Die meisten Inhalte sind aber nicht auf *El Capitan* und auch nicht auf eine bestimmte RapidWeaver-Version begrenzt.

Das Arbeitsbuch wird hin und wieder an veränderte Entwicklungen angepasst werden. Wenn dein Kauf noch nicht allzu lange her ist, bekommst du die überarbeitete Version jeweils gratis zur Verfügung gestellt.

Eine nicht ganz unwichtige Bitte

Es ist nicht erlaubt, das EBook an Dritte weiter zu geben oder die Inhalte -auch nicht ausschnittweise- kommerziell zu nutzen. Die Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Immerhin hat es einen Haufen Arbeit gemacht, sie zu erarbeiten - und diese Arbeit möchte ich mir gerne bezahlen lassen...

Also: Wer ohne Erlaubnis das EBook an Dritte weiter gibt oder sich gar erdreistet, das Tutorial in Teilen oder komplett zu kopieren und weiterzugeben, muss damit rechnen, dass *Voodoo-Protect*® zuschlägt und ihm unheilbare gesundheitliche Probleme entstehen, dass das schöne MacBook entmaterialisiert wird oder dass andere schlimme Dinge passieren...

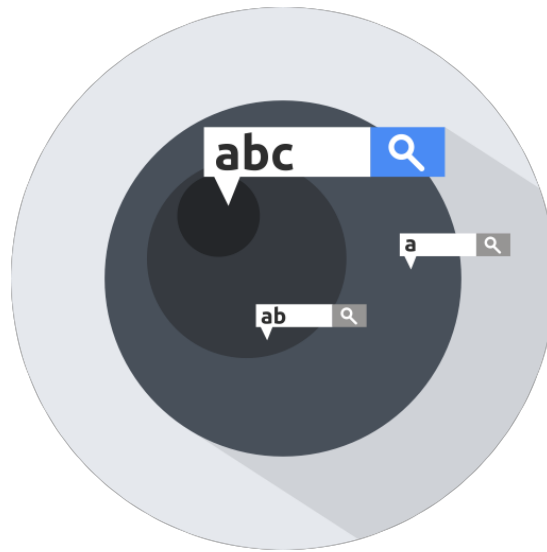
Sei also bitte fair...

ZUSAMMENFASSUNG UND ARBEITSAUFTRAG

- Suchmaschinenoptimierung ist kein Hexenwerk, das nur Eingeweihte beherrschen, sondern dröge handwerkliche Arbeit
- Suchmaschinenoptimierung ist Teil einer Marketingstrategie und kann nicht isoliert betrachtet werden
- Den Wunsch, mit irgendwelchen Tricks bei Google an die erste Stelle zu kommen, kannst du getrost vergessen
- Klassische Suchmaschinen und damit die klassische Suchmaschinenoptimierung haben gehörig an Bedeutung verloren

Vergiss den ganzen Müll, den du bisher über Suchmaschinenoptimierung gelesen hast. Entweder sie versprechen dir das Blaue vom Himmel und ziehen dir das Geld aus der Tasche oder die Dinge sind so speziell, dass sie für den RapidWeaver-Nutzer nicht anwendbar sind.

Das Geheimnis um Google & Co.

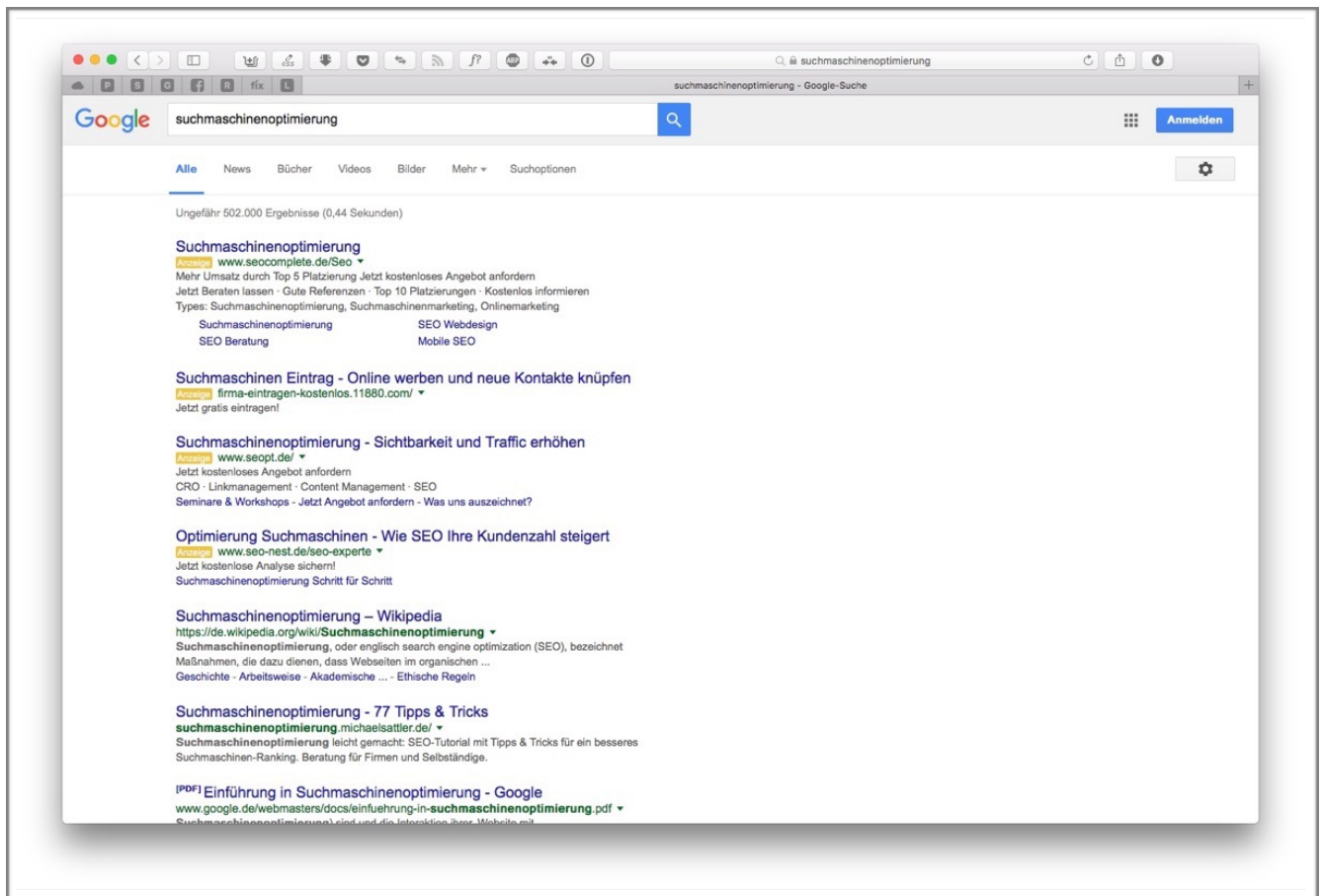


Trotz aller Veränderungen - fangen wir mit Google an...

GEFRÄSSIGE MONSTER

Trotz aller Veränderungen - um das klassische SEO zu verstehen, fangen wir mit Google („Google“ steht hier stellvertretend für alle anderen gängigen Suchmaschinen) an und schauen einmal, wie so eine Suchmaschine funktioniert: Wer bei Google einen Suchbegriff in die Suchmaske eingibt, erhält ein Suchergebnis, das in etwa so aussieht wie in der Abbildung auf der Folgeseite.

Wie aber kommen diese Angaben zustande, woher hat Google diese Informationen?



Google-Suchergebnisseite (= „SERP“)