

Inhalt

Einleitung	15
1. Webranking: mehr Erfolg im Web!	17
1.1 Webranking als strategischer Erfolgsfaktor im Web	18
Der Wert von Top-Rankings für ausgewählte Keywords	19
Branchenorganisationen für Suchmaschinen-Marketing und Suchmaschinenoptimierung	22
1.2 Professionelle SEOs und was Sie in diesem Buch finden	23
Was machen Suchmaschinenoptimierer genau?	23
Was Sie in diesem Buch lernen, umsetzen und verstehen werden	25
Was Sie in diesem Buch nicht finden werden	25
1.3 Grundregeln der Suchmaschinenoptimierung	26
Inhalt, Nutzen und Mehrwert sind selten zu ersetzen	27
Konzentrieren Sie sich auf die großen Suchmaschinen	27
Ein hohes Ranking ist nur für wenige Keywords möglich	30
Jede Webseite ist eine potenzielle Einstiegsseite	31
Sie müssen die Ranking-Kriterien der Suchmaschinen kennen	31
Einfache und fehlerfreie Seiten erleichtern Top-Rankings	32
Kompromisse zwischen Suchmaschinenfreundlichkeit, Optik und Usability sind nötig	33
Geduld und in der Zwischenzeit: Keyword Advertising mit Google Adwords & Co.	34
1.4 Grenze und Gratwanderung zum Suchmaschinen-Spamming	39
Gefahren und Kosten von Suchmaschinen-Spamming	39
Methoden, die Sie besser nicht nutzen sollten	39
Mehrstufige Spam-Erkennung von Suchmaschinen	47
2. Wichtige Ranking-Faktoren kennen lernen	49
2.1 Linkpopularität, Domainpopularität und PageRank	50
Was sind Linkpopularität und Domainpopularität?	51
Linkpopularität ermitteln	53
Die besondere Rolle des Google PageRank	55
Google PageRank ermitteln und anzeigen lassen	57
2.2 Webseitentitel und Relevanz zum Dokument	60
Bedeutung des <title>-Tags	60
Keyword-Dichte und Relevanz zum Dokument	62
Empfohlene Länge von Titeln	63

Keyword-Prominenz: die wichtigsten Keywords zuerst	64
Tipps zur alphabetischen Sortierung in Webkatalogen	64
2.3 Meta-Description und Meta-Keywords	64
Was sind Metatags, und wozu dienen sie?	64
Meta-Description – immer noch wichtig	65
Meta-Keywords verlieren an Bedeutung	66
Weitere Metatags	67
2.4 Überschriftenformatierung und Relevanz zum Dokument	67
Kennzeichnung von Überschriften	68
Relevanz der Überschriften zum Text	69
2.5 Website-Umfang und Textmenge	70
Experten und Autoritäten haben umfangreiche Websites	70
Lieber viele kurze Seiten als wenige lange	71
Weniger Grafik, mehr Text!	72
2.6 Keyword Density, Keyword Prominence und Keyword Proximity	72
Keyword Density: Anteil der Keywords am Gesamttext	72
Empfehlenswerte Keyword-Dichte und die Grenze zum Keyword Stuffing	73
Keyword Prominence: wichtige Schlüsselbegriffe am Seitenanfang und Seitenende	74
Keywords am Anfang von Überschriften und Absätzen platzieren	75
Keyword Proximity: Wortnähe in Keyword-Phrasen	75
2.7 Domain-, Verzeichnis- und Dateinamen	76
Suchbegriffe in Domain- und Subdomainnamen	76
Keywords in Dateinamen und Relevanz zum Dokument	77
2.8 Listung in großen Webverzeichnissen	77
Hoher Wert einer Listung im DMOZ/ODP	78
Kostenpflichtige Einträge in Yahoo, Web.de, Allesklar	79
Auch Links in kleinen Verzeichnissen sind nützlich	80
2.9 Fehlerfreiheit des Quellcodes	80
2.10 Website-Verfügbarkeit	81
Serververfügbarkeit für Wiederbesuche von Crawlern	81
Vorhandensein einmal indexierter Site-Strukturen und Linkziele	83
2.11 Seitenaktualität	83
Webseitenaktualität steuert die Wiederbesuchshäufigkeit der Suchmaschinen- Crawler	83
Ein verändertes Dateidatum allein genügt nicht	84
2.12 Click Popularity	86
Was ist Click Popularity?	86
Reduzierte Relevanz in heutigen Ranking-Algorithmen	86

3. Grundlegende Optimierungsstrategien

kennen lernen	89
3.1 Elementare Positionierungsmaßnahmen	90
Zielsetzung erarbeiten und richtig formulieren	90
Zielgruppe so exakt wie möglich definieren	91
USP, Mehrwert, Nutzen auf den Punkt bringen	92
3.2 Keyword-Ermittlung, -Auswahl und -Optimierung	93
Mitmenschen nach Suchbegriffen und persönlichen Suchstrategien fragen	93
Tools zur Ermittlung der meistgesuchten Begriffe nutzen	93
Tools zur Generierung von Synonymen und zusätzlichen Schreibweisen einsetzen	94
Live-Suche von Suchmaschinen verfolgen	95
Tracking-Tools, Logfiles und Website-Statistiken auswerten	95
3.3 Suchmaschinenfreundliche Website- und Webseiten-aufbereitung	97
Website-Strukturen optimieren	97
Einzelseiten und deren Quellcode optimieren	97
HTML-Gültigkeits-Checks durchführen	99
Link-Gültigkeits-Check durchführen	100
Cloaking – suchmaschinenoptimierte Tarnseiten vorschalten	101
3.4 Linkaufbau und Linktausch zur Steigerung der Domainpopularität	104
Aufbau von Linkpartnerschaften	104
Überwachung der eingehenden Links	105
3.5 Wettbewerbsanalyse und Vergleich mit Top-10-Rankings	105
Welche Keywords verwendet die Konkurrenz?	105
Welche Site-Struktur und welche Seitenmerkmale nutzt die Konkurrenz mit besserem Webranking?	106
Konkurrenzanalyse-Software nutzen	107

4. Wirksame Keywords für die Optimierung finden ... 109

4.1 Optimierung auf Suchphrasen statt Einzel-Keywords	110
Statistiken über die Zusammensetzung von Suchanfragen	111
Keyword-Kombinationen mit Adwords Wrapper erzeugen	112
4.2 Verschiedene Schreibweisen von Keywords berücksichtigen	116
Wie gehen Suchmaschinen mit Groß-/Kleinschreibung um?	116
Wie gehen Suchmaschinen mit Begriffen im Plural um?	117
Wie gehen Suchmaschinen mit Getrennt-/Zusammenschreibung um?	118
Keywords mit Sonderzeichen	119

4.3 Keywords mit dem Google AdWords Keyword-Tool ermitteln	121
4.4 Suchbegriffe mit Overture Search Term Suggestion Tool ermitteln	124
4.5 Wordtracker zur Analyse meistgesuchter Suchausdrücke nutzen	126
Wettbewerb für ermittelte Keywords und Phrasen analysieren	132
Die meistgesuchten Keywords/Phrasen aus den letzten 120 Tagen anzeigen ...	135
Schnellabfrage der Suchhäufigkeit von bis zu 500 Suchbegriffen gleichzeitig	137
4.6 Weitere Keyword-Vorschläge mit dem Miva Keyword-Generator generieren	141
4.7 Häufig benutzte Keywords auf eigenen Seiten mit ABAKUS Topword ermitteln	144
4.8 Keyword-Assoziationen mit MetaGer-Web-Assoziator anzeigen	149
4.9 Meistgesuchte Phrasen und Begriffe eines Themas mit dem ADWord Equalizer ermitteln	152
Genauere Wettbewerbsanalyse der ermittelten Begriffe und Phrasen	156
4.10 Keywords recherchieren und aufbereiten mit dem Suchbegriff-Generator von IBP	159
Suchausdrücke von Overture laden und auswählen	159
Suchausdrücke von Miva laden und auswählen	166
Schlüsselwörter und Phrasen speziell für Keyword Advertising in Google Adwords aufbereiten	169
4.11 Keywords in den Inhalten führender Websites sammeln	172
4.12 Tippfehler-Keywords erzeugen	173
Manuelle Vertipper erzeugen	173
Tippfehler-Keywords mit ADWord Equalizer generieren	174
Tippfehler-Keywords mit IBPs Suchbegriff-Generator erzeugen	175
4.13 Brandaktuelle Suchbegriffe via Live-Suche ermitteln	175
Live-Suche von Fireball	176
Live-Suche von Abacho	177
Lycos-Suche live verfolgen	177
MSN-Live-Suche mit Top-200- und Top-10-Listen	178
Webcrawler SearchSpy	179

5. Websites suchmaschinenoptimiert

strukturieren	183
5.1 Keywords in Domain-, Verzeichnis- und Dateinamen unterbringen	184
Suchmaschinenfreundliche Domainnamen wählen	185
Subdomains für die wichtigsten Keywords einrichten	188
Verzeichnisse nach Themen und Keywords benennen	190
Dateien mit Keywords aus Titel und Überschriften benennen	191
Begriffe durch Bindestrich statt Unterstrich trennen	193
Keine Sonderzeichen in der URL	194
Alte Adressen suchmaschinengerecht auf neue URLs umleiten	194
5.2 Website flach strukturieren	198
Website auf drei Gliederungsebenen beschränken	198
5.3 Interne Verlinkung optimieren	199
Textlinks einsetzen und richtig beschriften	199
Footer für interne Rubrikenlinks nutzen	203
Breadcrumbs am Seitenanfang unterstützen die Orientierung und eine hohe Schlüsselwortdichte	204
Teaser für zusätzliche Verlinkung einsetzen	206
Sitemaps als Sprungbrett für Suchmaschinen-Robots	208
Index von A bis Z für zusätzliche Querlinks	210
5.4 Suchmaschinenunfreundliche URLs mit Parametern durch Mod_rewrite umschreiben	211
Das Problem langer URLs mit Parameterübergaben für Suchmaschinen	211
URL-Rewriting: Umbenennung in suchmaschinenfreundliche Dateinamen realisieren	214
5.5 Ranking-freundliches Webhosting wählen	216
Gefahren geteilter Server mit mehreren Kunden und Domains für das Webranking	217
Eigene Domain ist Pflicht – weg von kostenlosem Webspace!	218
Hohe Verfügbarkeit sicherstellen und überwachen	219
Ladezeiten-Checker nutzen	220
Website-Verfügbarkeit überwachen mit Web CEO	224
Serverüberwachung mit ServerPhone	229
5.6 Seitenbereiche von der Indexierung ausklammern per Robots.txt	230
Die Funktion der Robots.txt	231
Seiten von der Indexierung durch Spider ausschließen	231

6. Einzelseiten suchmaschinenoptimiert gestalten ... 233

6.1 Meta-Keywords und -Description	234
Empfohlene Länge von Meta-Descriptions	235
Tipps für die Formulierung der Seitenbeschreibungen	236
Empfohlene Länge von Meta-Keywords	237
Tipps für die Auswahl und Formulierung von Stichwörtern	240
Metatags mit Metatag-Generatoren erzeugen	240
Tauchen Ihre Metatags auch im Webseitentext auf?	245
Dynamische Metatags einsetzen	247
6.2 Überschriftenformatierung und -formulierung	249
Überschriften mit <h1>-, <h2>- und <h3>-Tags formatieren	249
Übergroße <h1>-Überschriften per Styles verkleinern	250
Grafische Überschriften durch Textüberschriften ersetzen	252
Überschriften suchmaschinenfreundlich formulieren	252
6.3 Webseitentitel optimal formulieren	253
Empfohlene Länge für Webseitentitel	253
Titel mit hoher Relevanz zum Seitentext wählen	254
6.4 Seitentexte mit hoher Keyword-Dichte erzeugen	255
Die ersten 400 Zeichen Text mit Keywords füllen	255
Keyword-Dichte messen mit IBP	255
Keyword-Dichte messen mit Webconfs.com	260
Schlüsselwortdichte live bei der Textformulierung messen mit Live Keyword Analysis	262
6.5 Alternativtexte für Bilder definieren	266
6.6 Tabellenstrukturen optimieren	269
Was ist wichtiger: Navigationsspalte oder Body-Text?	269
Trickreiches Tabellenlayout mit Fließtext vor Navigationslinks	270
6.7 Textformatierung und Keyword-Hervorhebungen	272
Fette und kursive Formatierung	272
Hervorhebungen mit dem -Tag	273
6.8 Linkbeschriftungen mit relevanten Suchbegriffen	273
Linktexte hoher Relevanz und Keyword-Dichte erzeugen	274
Wichtige Begriffe am Anfang der Linktexte platzieren	274
6.9 Quellcode-Strukturierung und HTML-Fehlerfreiheit	274
HTML-Quellcode überprüfen mit Validome	275
Überprüfung der Website mit Netmechanic.com	279
Fehler in Templates bereinigen	282

6.10 Phantom-Pixel mit Keywords im Alternativtext einbinden	282
Nutzen und (angebliche) Gefahren von Phantom-Pixeln	282
Transparente 1-Pixel-GIFs erzeugen und richtig einfügen	282
6.11 Keywords in <noframes>-Tags	284
6.12 Website detailliert mit besser gerankter Konkurrenz vergleichen mit dem IBP Top 10 Optimierer	285
6.13 Optimierungsmaßnahmen umsetzen mit dem IBP Website- Optimierungs-Editor	292
6.14 Webseitenanalyse und Optimierungsempfehlungen von Web CEO	297
6.15 Webseiten mit Live-Messung relevanter Kennzahlen editieren in Web CEO	301

7. Professionellen Linkaufbau und Linktausch betreiben	307
7.1 Qualitätskriterien potenzieller Linkpartner	308
Domainpopularität, Linkpopularität und PageRank	308
Themennähe	308
Link-Exklusivität	309
Übernahme vorgegebener Linkbeschriftungen	310
7.2 Linktauschpartner mit PR4 im Google Directory finden	311
7.3 Kontextnahe Seiten mit der Alexa-Toolbar ermitteln	314
7.4 Linkpartner über Backlinks der Konkurrenz finden	316
Überprüfung mit Backlink Check von Domain-pop.com	316
Überprüfung mit Backlink Check von seo-consulting.de	318
7.5 Verzeichnisse und Linklisten finden mit dem IBP Link- Popularitäts-Verbesserer	320
7.6 Linkpartner finden, anschreiben und verwalten mit ARELIS	328
Projekt einrichten und Einstellungen vornehmen	329
Potenzielle Linktauschpartner finden	333
Vorgeschlagene Seiten sichten, auswählen und sortieren	338
Unterkategorien für umfangreiche Partnerlinkverzeichnisse nutzen	342
Eigene Linkseitenvorlage mit passendem Layout und Design aus einer Dummy-Seite Ihrer Website erstellen	343
Beschreibungen und Details von vorgeschlagenen Seiten editieren	349
Vereinbarte Linkpartnerschaften überwachen	350
7.7 Eingehende Links über Foren und Blogs realisieren	354

8. Websites in Suchmaschinen und Webkatalogen anmelden	355
8.1 Das Für und Wider automatisierter Submit-Software	356
Vorteile von Submit-Software	356
Nachteile und Gefahren von softwaregesteuerten Anmeldungen	357
Empfehlenswerte Submit-Software	358
8.2 Gefahren und Illusionen kostenloser Online-Submit-Services	359
Online-Submit-Services als E-Mail-Adressen-Sammler	359
Konsequenzen der Listung auf FFAs (Free-for-all-Listen)	359
8.3 Suchmaschinenfreundlichkeit vor der Anmeldung prüfen	360
Suchmaschinen-Indizierungs-Simulator von IBP	360
Voreintrags-Check mit Webmasterplan vornehmen	365
Voreintrags-Check mit Seekbot von Seekport	367
8.4 Website in Suchmaschinen und Katalogen anmelden mit IBP ...	369
8.5 Websites in Webkatalogen anmelden	377
Welche Kataloge sind wichtig?	377
8.6 Wann kommen die Robots der Suchmaschinen vorbei?	378
User-Agents auflösen: getarnte und ungetarnte Robots	379
Robots in den Website-Statistiken identifizieren	380

9. Ranking und Ranking-Faktoren professionell überwachen	381
9.1 Bereits indexierte Seiten ermitteln	382
Direktabfrage bei Google	382
Direktabfrage bei MSN	383
Direktabfrage bei Yahoo	383
9.2 Webranking online mit rankingCHECK abfragen	384
9.3 Webranking regelmäßig abfragen mit IBP	386
9.4 Webranking regelmäßig prüfen mit Web CEO	392
rankingCHECK zum ersten Mal einrichten	392
9.5 Linkpopularität von drei Seiten gleichzeitig mit dem ABAKUS Linkpopularitäts-Checker prüfen	400
9.6 Linkpopularität mit Web CEO prüfen	401
Linkpopularitäts-Check einrichten	402
Schnellübersicht über die Bekanntheit Ihrer eingehenden Links bei den Suchmaschinen	406
Die Linkpopularität mit Konkurrenzseiten vergleichen	407

9.7 Linkpopularität und Qualität eingehender Links prüfen mit SEO Elite	409
9.8 Linkpopularität mit der kostenlosen Software Link Popularity Check prüfen	414
Anhang	419
SEO-Software und Onlinetools im Überblick	419
Full-Service-Optimierungsprogramme	419
Analysewerkzeuge für die eigene Website	421
Linkaufbau, Linktausch und Link Exchange Management	422
Webseitenvergleich mit konkurrierenden Top-Rankings	424
Keyword-Auswahl und Keyword-Generierung	425
Tracking, Logfile- und Statistiktools	426
Wichtige Informationsseiten für SEOs	426
SearchEngineWatch.com	427
Seochat.com	427
Wichtige Foren für Suchmaschinenoptimierer	428
Diskussionsforen von SearchEngineWatch.com	428
Diskussionsforum von ABAKUS Internet Marketing	428
Diskussionsforum von Seochat.com	429
Diskussionsforum von HighRankings.com	429
Diskussionsforum von Suchmaschinentricks.de	430
Nützliche Newsletter	430
Search Engine Report von SearchEngineWatch.com	430
Axandra-Newsletter	431
SEO-Kongresse und Messen	432
Search Engine Strategies	432
Glossar	434
Stichwortverzeichnis	441