



Norman Nötzold ist Gründer und CTO von Quisma.

Search Marketing: Die zehn häufigsten SEO-Fehler

veröffentlicht am 11.06.2010 um 10:38 Uhr · Digital
 · Artikel

Der Münchner Performance Marketer Quisma hat eine Checkliste zum Thema SEO-Fehler veröffentlicht. Das Whitepaper richtet sich vor allem an Mittelständler, die sich ins Digital-Geschäft vortasten. "Der Kanal Search ist selbst für Firmen, die ihren Hauptumsatz nicht aus dem Online-Geschäft generieren, zu einem wichtigen Instrument im Marketing-Mix geworden", erklärt Quisma-CTO Norman Nötzold. Seine Agentur ist seit rund zehn Jahren im Suchmaschinen-Geschäft tätig.

Die wichtigsten wichtigsten Punkte des **Quisma-Papiers**:

Fehler Nr. 1: Professionelle SEO-Experten werden nicht oder zu spät einbezogen

Keine Optimierung ohne Expertise: Wenn Websites verbessert werden sollen, nehmen Firmen zunehmend die Dienste erfahrener Fachleute in Anspruch - oft zu spät: Ist eine neue Website bereits online, können schon viele Fehler passiert sein, die zum Teil nur schwer zu beheben und äußerst kostspielig sind. Neben Traffic-Verlusten drohen hohe technische Kosten zur Anpassung der neuen Webseite an die Anforderungen der Suchmaschinen. Quisma empfiehlt darum, SEO-Experten schon in der Planungsphase eines neuen Internetauftritts mit einzubeziehen.

Fehler Nr. 2: Redaktionelle Mitarbeiter und SEO-Fachleute tauschen sich nicht aus

Kommunikation hilft: Oft formulieren Texter zwar spannende Inhalte, legen aber keinen großen Wert auf wichtige SEO-Kriterien. So wird das Thema z.B. bei der Wahl der URLs, der Webseitentitel oder der HTML-Headlines vernachlässigt. Die negativen Auswirkungen zeigen sich in suboptimalen Listungen bei Google & Co. Darum sollten die handelnden Personen en zusammenarbeiten, um den redaktionellen und gleichzeitig den SEO-technischen Ansprüchen gerecht zu werden.

Fehler Nr. 3: Bauchgefühl statt Strategie

Klare Ziele definieren: „Möglichst weit oben stehen“ ist als Zielvorgabe zu kurz gedacht. Schließlich bieten Suchmaschinen inzwischen weitaus mehr Ergebnisse als das pure Listen von Links. So landen bei Universal Search auch Bilder, Videos oder Maps auf der Trefferliste. Quisma rät, neben den klassischen Listungen auch vertikale Suchen einzubeziehen.

Fehler Nr. 4: Komplett Flash-Webseiten sehen schön aus, sind für SEO aber ungeeignet

Nicht alles, was schön ist, ist auch nützlich: Werbebanner, Video-Player oder animierte Infografiken sind aus SEO-Sicht wenig hilfreich, denn Seitenstruktur und interne Verlinkung sind meist nicht vorhanden oder nicht erkennbar. Flash sollte darum nur als Element innerhalb einer HTML-Page eingesetzt werden.

Fehler Nr. 5: Dynamische URLs werden nicht in lesbare Formate übertragen

Fast alle Websites werden inzwischen aus Shop-, Blog-, Content Management- oder anderen Systemen erzeugt. Solche dynamische URLs mit langen angehängten Parameternennungen können zu Problemen bei der Indexierung oder Relevanzdarstellung führen. Experten empfehlen Lösungsansätze mit „Rewriting Rules“, die dynamische URLs umwandeln.

Fehler Nr. 6: Doppelung von Inhalten

Doppelt hält nicht besser: Inhalte, die über mehrere URLs erreichbar sind, können den Erfolg einer Suchmaschinenoptimierung einschränken. Duplicate Content sollte deshalb so weit wie möglich vermieden werden, wofür unter dem Stichwort „Parameterhandling“ eine Vielzahl von Lösungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen.

Fehler Nr. 7: Webseitentitel wird zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet

Uniques Erscheinungsbild: Die Inhalte im Webseitentitel und in der Meta Description spielen in der Suchmaschinenoptimierung eine entscheidende Rolle. Sie sollten eindeutig und unverwechselbar sein und die optimale Anzahl an Zeichen ausschöpfen. Schließlich dienen sie den Suchmaschinen nicht nur zur Erfassung des Themas, sondern werden oft auch als Headline auf einer Suchergebnisseite dargestellt.

Fehler Nr. 8: Textschwächen

Content is King: Inhalt und Headline zählen aus SEO-Sicht zu den wichtigsten Bestandteilen des HTML-Bodys, deshalb sollte auf semantische Klarheit geachtet werden, Content und Headline gut auf einander abgestimmt sein.

Fehler Nr. 9: Linkbuilding wird unterschätzt

Vitamin „B“ wie Link-Beziehungen: Der gezielte Aufbau einer externen Verlinkung ist einer der wesentlichen Faktoren der Suchmaschinenoptimierung. Offen bleibt allerdings die Frage, wie viele Links eine Website mindestens benötigt. Es geht dabei nicht nur quantitative, sondern auch um qualitative Kriterien.

Fehler Nr. 10: Page Rank wird überschätzt

Page Rank versus Themenrelevanz: Die rein quantitative Aussage zur Verlinkung, wie sie der Google Page Rank beschreibt, ist nicht mehr zeitgemäß. Schließlich werden inzwischen immer mehr Qualitätsfaktoren zur Bewertung der Verlinkung herangezogen. Quisma betont, dass die Themenrelevanz verlinkender Webseiten mindestens ebenso wichtig ist und beim Linkaufbau stärker beachtet werden sollte.