



WHITEPAPER

SUCHMASCHINEN OPTIMIERUNG

WIE IHRE WEBSITE BEI GOOGLE GEFUNDEN WIRD

Dieses Whitepaper soll Ihnen einen ersten Eindruck davon vermitteln, welche Faktoren zur Optimierung einer Website relevant sind und wie die Inhalte so gestaltet werden können, dass Nutzerinnen und Nutzer unterhalten werden und Google die Inhalte gut indexieren kann.

ERSTELLT:

Norman Zöllner
Hauke-Haien-Koog 17
25899 Dagebüll

www.kirchen.marketing

Faktoren zur Optimierung der Website

Eine gute Website ist die Visitenkarte eines Unternehmens. Aber nur, wenn diese Website auch gefunden wird, kann sie zum Unternehmenserfolg beitragen. Wie Sie ihre Website optimieren, zeigen wir Ihnen in diesem Whitepaper. Es enthält fünf wesentliche Punkte, die für die Optimierung von Website essentiell sind. Gerne beraten wir Sie.

1. Ladezeit

Eine schnelle Ladezeit ist das A und O einer guten Website. Nutzerinnen und Nutzer warten nicht ewig, bis die Inhalte vollständig geladen sind. Den Suchmaschinen ist dieser Umstand besonders wichtig. Websites, die schnell laden, werden besser gerankt als jene, bei denen man lange warten muss. Die Fehlerquellen können vielfältig sein:

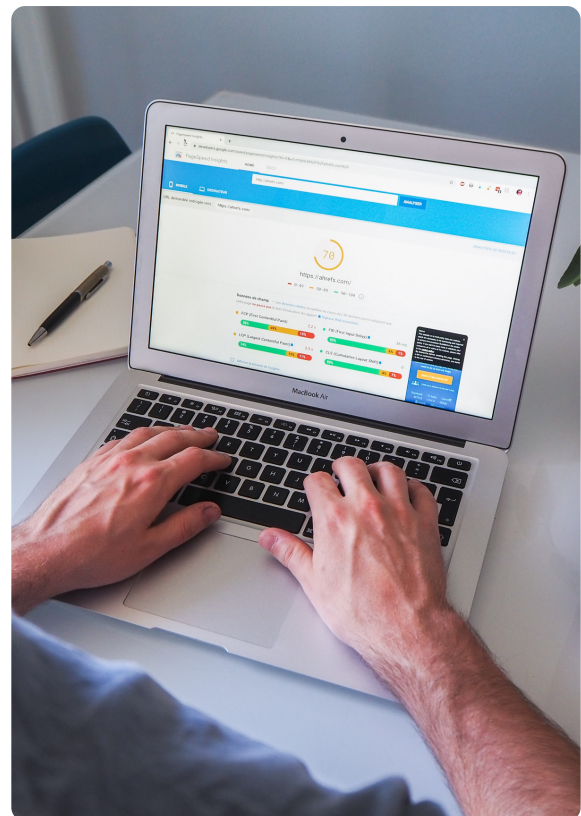
- langsames Hosting
- Einbindung großer Dateien, z.B. Bilder
- Technische Faktoren, z.B. CSS

Was Sie tun können?

Testen Sie die Ladezeit Ihrer Website.

Google stellt ein kostenfreies Tool dafür zur Verfügung ([PageSpeedTool](#)).

Überprüfen Sie mögliche Fehlerquellen, z.B. unkomprimierte Bilder.



2. Eine sichere Website

Ihre Website ist SSL (=secure sockets layer) verschlüsselt und erlaubt somit die verschlüsselte Verbindung zwischen der Nutzerin bzw. dem Nutzer und dem Server. Im Zuge der DSGVO-Verordnung sind SSL-verschlüsselte Website obligatorisch. Es gibt sogar Browser, die Website ohne SSL-Verschlüsselung blockieren.

Was Sie tun können?

Achten Sie auf das Schloss-Symbol neben Ihrer URL. Weitere Informationen erhalten unter folgendem [Link](#).

3. Mobile First

Google hat seinen Algorithmus so verändert, dass nur die mobile Version einer Website für die organischen Rankings bewertet wird. Sind Webinhalte nicht für die mobile Ansicht optimiert, werden hohe Absprungraten bzw. eine niedrige Sichtbarkeit in den Suchmaschinen resultieren.

Was Sie tun können?

Testen Sie, ob Ihre Website auf verschiedenen Geräten (und Browsern) funktioniert. Prüfen Sie, ob in der mobilen Ansicht Inhalte aus dem sichtbaren Bereich verschwinden.



4. Social Signals

Social-Signals sind für Suchmaschinen (noch) kein direkter Rankingfaktor. Indirekt beeinflussen sie die Positionierung auf den Suchergebnisseiten, da Inhalte, die geteilt werden, zu einer höheren Besucherfrequenz führen und somit zu mehr Sichtbarkeit.

Was Sie tun können?

Nutzen Sie die Social-Media Kanäle entsprechend ihren personellen und finanziellen Ressourcen. Sorgen Sie für eine gute Interaktion und bleiben Sie mit Ihrer Community im Gespräch.

5. Verweildauer

Die Verweildauer bezeichnet die Zeitspanne, die Nutzerinnen und Nutzer auf der Website verbringen. Bleiben diese lange auf der Website, so ist das ein Indiz für gute Inhalte. Gründe für eine geringe Verweildauer können z.B. sein:

- die Inhalte sprechen die Zielgruppe nicht an
- die Nutzerinnen und Nutzer finden sich auf der Seite nicht zurecht.

Was Sie tun können?

Sorgen Sie für eine einfache Struktur der Website, auf der Nutzerinnen und Nutzer sich zurechtfinden. Optimieren Sie Ihre Snippets, so dass erkennbar ist, welche Themen auf der Website angesprochen werden.