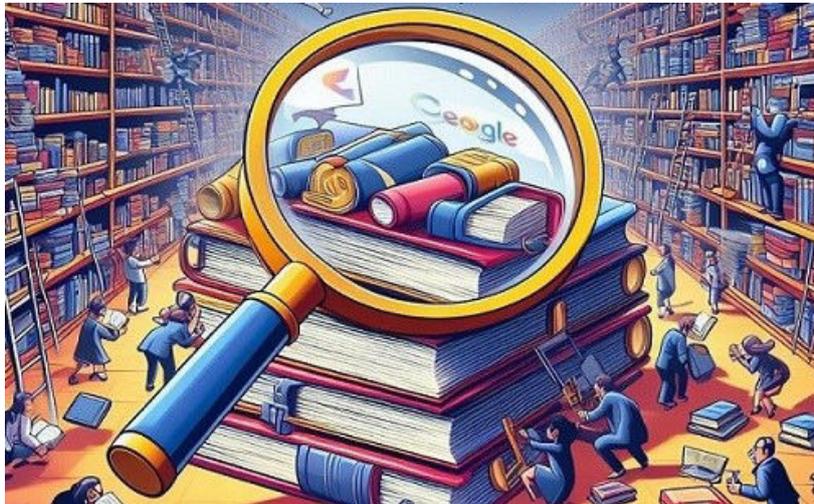


Suchmaschinenerklärung

Suchmaschinen versuchen aus ca. 2 Milliarden Webseiten weltweit (Stand 2019) möglichst passende Antworten auf eine Suchanfrage zu liefern. Die bestmögliche Antwort steht dann ganz oben in den SERPs.

Damit alle Seiten in eine Reihenfolge gebracht werden können, wird jede auf definierte Rankingfaktoren untersucht. Diese sind in Algorithmen zusammengefasst. Damit werden weltweit Seiten überprüft und die Ergebnisse der Analysen in Datenbanken (Google-Index) festgehalten.



Wie arbeiten Suchmaschinen?

Suchmaschinen machen vor allem eins: Sie durchsuchen mit ihren Crawlern alle Internetserver nach dort gespeicherten Webseiten und indexieren sie.

Was ist ein Algorithmus?

Einen Algorithmus kann man sich als Regel, Vorschrift oder Gesetz mit diversen Faktoren (Bedingungen, Voraussetzungen) vorstellen. Der Erfüllungsgrad jedes einzelnen Faktors beeinflusst die Bewertung positiv oder negativ.

Zur Gesamtbeurteilung werden dann noch Filter eingesetzt, welche die Faktoren gewichten und priorisieren.

Ein praktisches Beispiel:

Nehmen Sie einmal an, Sie möchten einen Kuchen backen. Der **Algorithmus** ist das Backrezept. Die einzelnen Zutaten sind dann **Faktoren**, die je nach Mischungsverhältnis (**Filter**) über Gelingen oder Scheitern des Backens entscheiden. ...Ei... ...Zucker... ...Mehl... ...Butter... ...u.s.w...

Auch die Eigenschaften von Faktoren spielen beim Backen eine Rolle. So verändert die Art des Mehls (Vollkorn / Weizen) die Konsistenz des Teigs. Backzeit und Backtemperatur beeinflussen den Garprozess. Sind sie zu lang und zu hoch, dann verbrennt der Kuchen.

Die Faktoren und deren Eigenschaften sind daher entscheidend für das Gelingen des Kuchens.

Und dann wären da noch die Rezeptvarianten. Das generelle Rezept enthält alle Zutaten für einen Kuchen. Die Auswahl an Zutaten lässt unterschiedliche Kuchenarten entstehen. Je nach Zutaten entsteht dann beispielsweise eine Sahnetorte oder auch ein Käsekuchen. Wenn Sie einen Obstkuchen backen möchten, dann filtern Sie mit einer Rezeptvariante die Zutaten heraus, durch die ein Obstkuchen entsteht. Filtern Sie die Zutaten noch weiter, dann bekommen Sie nur noch Rezeptvarianten für Erdbeerkuchen. Filter setzen also Prioritäten für Zutaten und gewichten die entsprechenden Mengeneinheiten für diverse Kuchenarten und Sorten.

Ob der fertige Erdbeerkuchen gelungen ist, wird dann anhand der Faktoren im Rezept überprüft. Stimmen die Inhalte des Endprodukts exakt mit den Rezeptangaben überein, hat dieser die gewünschte Qualität erreicht.

Wenn nun ein Kunde Erdbeerkuchen möchte, dann vergleicht er die Qualitäten aller Erdbeerkuchen in der Nachbarschaft. Sieht Ihrer gut aus, riecht gut und beinhaltet hochwertige Zutaten im richtigen Verhältnis, dann wird sich der Kunde mit großer Wahrscheinlichkeit für Ihren Erdbeerkuchen entscheiden.

Zusammengefasst:

Ein Algorithmus (Rezept) besteht aus Faktoren (Zutaten). Filter (Rezeptvarianten) regulieren Faktoren (Auswahl und Menge) und beeinflussen dadurch das Ergebnis (Kuchenart).

In Bezug auf die SERPs und das Webseiten-Ranking ist bereits seit langem bekannt, dass Google die Indexierung von Domains und Seiten mittels Algorithmen bewältigt. Um die Analysen noch schneller und Ergebnisse noch exakter zu machen, wurden bei Google im Jahr 2016 sämtliche Algorithmen mit allen bereits bestehenden Faktoren zu einem "**Kern-Algorithmus**" zusammengefasst. Der komplexe Kern-Algorithmus besteht nun aus hunderten Faktoren. Jeder Faktor beeinflusst das Prüfergebnis einer Webseite und damit auch die Reihenfolge von Seiten in den Suchresultaten (SERPs) bezüglich einer bestimmten Suchanfrage. Werden Änderungen am Algorithmus vorgenommen, dann spricht man von einem **Update**. Jede Änderung hat Einfluss auf zumindest einen Faktor und somit auch auf das Webseiten-Ranking in den SERPs.

Das vollständige Rezept inkl. aller Zutaten und Mengenangaben für einen dauerhaften Platz 1 in den SERPs ist natürlich nicht bekannt. Durch die vielen Google-Updates, Google-Aussagen und Rankingschwankungen in den letzten Jahren ist es jedoch möglich, ein Rezept mit wichtigen Zutaten und manchmal auch mit den richtigen Mengenangaben zusammenzustellen.

**Dieses Rezept zu befolgen und für die eigene Webseite „nachzubacken“
nennt man Suchmaschinenoptimierung!**

Entscheidend für das Google-Ranking ist die Beurteilung einer Homepage in Bezug auf diverse Faktoren im Algorithmus

Faktoren für Webseitenqualität (Zutaten)	Gewichtung durch Filter (Obstkuchen)	Webseiten (Kuchen)					
		A		B		C	
		Beurteilung	Wert	Beurteilung	Wert	Beurteilung	Wert
1.) Obst	10 Punkte	3 Punkte (viel Obst)	30	2 Punkte (mäßig Obst)	20	1 Punkt (wenig Obst)	10
2.) Mehl	5 Punkte	3 Punkte (viel Mehl)	15	1 Punkt (wenig Mehl)	5	2 Punkte (mäßig Mehl)	10
3.)						
4.)...	...						
5.)...	...						
6.)...	...						
Nutzwert			45		25		20
Ranking			1		2		3

Im Grunde ist das eine simple Nutzwertanalyse mit Faktoren, Filtern und Webseiten. Die Seite mit der höchsten Gesamtpunktzahl wird mit einer guten Position sozusagen belohnt.

Um die Webseitenqualität und Relevanz der jeweiligen Seiten zu bestimmen, gibt es hunderte von Google-Ranking-Faktoren!

Diese Rankingfaktoren lassen sich grob in zwei Hauptkategorien unterteilen:

OnPage (Seitenintern) und **OffPage** (Seitenextern).

Wichtige OffPage-Faktoren:

- **Anzahl an Zugriffen** auf eine Domain über Direktbesuche, über andere Webseiten (Verweisseiten) und Social Media Plattformen (Facebook, Twitter usw.)
- Die **Klickrate** über die SERPs, welche sich aus dem Verhältnis zwischen Klicks und Impressionen über die Suchergebnisseiten zusammensetzt.
- Die **Linkstruktur** (Qualität der verweisenden Links auf eine Domain).

Wichtige OnPage-Faktoren:

- Hochwertiger Content (gut strukturiert, gut lesbar, informativ, grammatikalisch einwandfrei, individuell und spezifisch).
- [Barrierefreie](#) Webseitenerstellung.
- Logische und einfache Seitennavigation (geringe Klicktiefe).
- Relevante Anchor-Texte für [interne Verlinkungen](#).
- Optimale Zielgruppen-Ausrichtung.
- Schnelle Ladezeiten.
- Dauerhafte Erreichbarkeit.
- Vollständige Indizierbarkeit.
- Optimierung auf unterschiedliche Geräte (Desktop, Tablet, Smartphone).
- Richtiger Einsatz und gezielte Verteilung von Suchbegriffen ([Keyword-Optimierung](#)).
- Individuelle und optimale Meta-Angaben (Title und Description) auf allen Unterseiten.
- Ausdrucksstarke Hinterlegungen (Title-Attribute) für interne Links.
- Beschreibende Alternativtexte für Bilder.
- Aussagekräftige H1-Überschriften (Keyword – Übereinstimmung mit Meta-Title).
- Gute URLs (nicht zu lang, keine Parameter, keine Umlaute).
- Keine technischen Fehler (tote Links, falsche Canonicals, http/www-Weiterleitungen).
- [Strukturierte Daten](#)
- SSL-Verschlüsselung
- Niedrige Absprungraten.
- Lange Verweildauer.

und für **Online-Shops** zudem:

- Kaufabschlüsse in Relation zu Zugriffszahlen
- Shop-Bewertungen und Erfahrungsberichte
- sichere Bestellabwicklung

All diese **On- u. OffPage Faktoren** definieren die **Webseitenqualität** und bestimmen das **Google-Ranking**. Je besser die Seitenqualität, desto größer die Chance mit einem Top-Keyword auf die erste Position zu kommen! Stetige Verbesserungen des **Kern-Algorithmus** und veränderte Gewichtungen der **Ranking-Faktoren** durch Filter führen immer wieder zu einer Neubewertung der Webseitenqualität und somit zu Ranking-Schwankungen!

Eine Zusammenfassung wichtiger Ranking Faktoren erhalten Sie auf der Seite:

» [Die wichtigsten SEO Tipps für Ihre Webseitenoptimierung](#)

Weitere Optimierungs-Tipps erhalten Sie auf der Seite:

» [Das Nutzerverhalten – Ein wichtiger Faktor für die Webseitenqualität](#)



Sie benötigen fachmännische Unterstützung?

Von uns erhalten Sie eine professionelle [SEO Beratung](#).