

seo-complete.com
- Suchmaschinenoptimierung -

Copyright 2007 by
Heiner Hemken.

Herstellung und Verlag:

Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISBN: 9783833493614

Buchcover: Sean Gladwell; info@seangladwell.com

Alle in diesem Buch enthaltenen Informationen wurden nach bestem Gewissen erstellt. Dennoch sind Fehler nicht auszuschließen.

Aus diesem Grund sind die in dem vorliegenden Buch enthaltenen Informationen mit keiner Verpflichtung oder Garantie irgendeiner Art verbunden. Der Autor übernimmt infolgedessen keine Verantwortung und wird keine daraus folgende Haftung übernehmen.

Die hier wiedergegebenen Namen, Gebrauchsnamen, Handelsnamen sowie Warenbezeichnungen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit benutzt und können auch ohne besondere Kennzeichnung eingetragene Marken oder Warenzeichen sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Sämtliche Inhalte des Buches sind urheberrechtlich geschützt und hinterlegt. Sie sind dazu verpflichtet, die Urheberrechte anzuerkennen und einzuhalten. Eine öffentliche Wiedergabe oder sonstige Veröffentlichung sowie eine gewerbliche Vervielfältigung des Buches sind ausdrücklich untersagt.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	8
.	
.	
.	
1. Internet	
1.1 Begriffsdefinition	10
.	
.	
.	
6.3 Google PageRank	
6.1.1 Begriffsdefinition	105
.	
.	
.	
6.3.3 Vor- und Nachteile	107

Einleitung

‘Eine Webseite ist für den Besucher, also für Menschen, und nicht für Suchmaschinen gemacht.’ Dieses Zitat soll die Grundlage des Buches seo-complete.com sein.

Das Wort ‘SEO’ oder Suchmaschinenoptimierung ist zwar im Moment ‘in aller Munde’, es sollte dabei jedoch nie vergessen werden, dass eine Webseite dazu dient, den Besucher zu informieren, und nicht die Suchmaschinen ‘zu füttern’.

Beides schließt einander jedoch nicht aus. Wer seine Webseite möglichst vielen Menschen präsentieren möchte, muss die Seite letztendlich auch den Suchmaschinen ‘schmackhaft’ machen.

Die Zahl der Webseiten im Internet ist mittlerweile so unüberschaubar groß geworden, dass wir bei der Suche nach Informationen auf die Unterstützung von Maschinen angewiesen sind. Etwa 80-90% der Internetnutzer bedienen sich der Hilfe von Suchmaschinen.

Jede Suche nach einem bestimmtem Begriff oder einer bestimmten Phrase liefert oft Millionen Ergebnisse. Fakt ist jedoch, dass zumeist nur die ersten drei Seiten der Ergebnislisten beachtet werden. Ein Großteil der Suchenden schaut sich sogar nur die ersten Treffer, maximal die erste Seite an. Wer mit seiner Seite weiter hinten gelistet wird, findet keine Beachtung.

Die Reihenfolge der Suchergebnisse ist kein Zufall. Die Suchmaschinen bewerten Webseiten nach

bestimmten Kriterien und listen die einzelnen Seiten dementsprechend untereinander auf.

Dieses Buch soll Ihnen dabei helfen, dass Ihre Webseite diese Kriterien erfüllt und höher in den Suchergebnissen gelistet wird.

Es werden dabei die internen, d.h. seitenbezogenen, als auch die externen Kriterien einer erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung angesprochen.

Das Buch seo-complete.com richtet sich sowohl an Anfänger, als auch an erfahrene SEOs, da es nützliche Hintergrundinformationen liefert und aktuelle Tipps enthält...

- .
- .
- .

Internet

1.1 Begriffsdefinition

Das Internet, eine Abkürzung für Interconnected Networks, d.h. `zusammen geschaltete Netze`, ist der weltweit größte Netzverbund. Er ermöglicht jedem Teilnehmer, auf ein nahezu grenzenloses Archiv zurückzugreifen, und mit anderen Usern des Verbunds in Kontakt zu treten und Daten auszutauschen.

Bei dem beschriebenen Verbund handelt es sich um ein dezentrales Netzwerk, welches aus vielen kleinen zentralen Netzen besteht.

Der Datenaustausch zwischen den einzelnen Teilnehmern erfolgt mit Hilfe von Rechnern bzw.

Servern. Zugang zum Internet kann über die bekannten Modem-Techniken oder über einen spezialisierten Anbieter, einem Internet Service Provider (ISP) erreicht werden.

Allgemein wird das Wort Internet oft mit dem World Wide Web bzw. `WWW` gleichgesetzt. Das World Wide Web ist im eigentlichen Sinne jedoch nur ein Element bzw. ein Service des Internets. Es wurde erst 1989 entwickelt, um möglichst einfach Informationen auszutauschen.

Um einen schnellen Zugriff möglich zu machen, verknüpfte Tim Berners-Lee, ein einfacher britischer Informatiker und `Begründer des World Wide Web`, einzelne Informationen untereinander. Es entstand eine Art Netz bzw. Web, bestehend aus vielen unterschiedlichen Informationen und Daten.

Das World Wide Web ist nichts anderes, als ein über das Internet abrufbarer Hypertextkomplex. Mit Hilfe eines Browsers kann man die einheitlich in HTML codierten und mit Hilfe von Adressen (Urls) immer einer eindeutigen Quelle zuordenbaren Elemente abrufen.

Untereinander verknüpft werden diese durch so genannte Hyperlinks, mit denen man auf direktem Weg von einem Element zum anderen springen kann.

Da, wie schon erwähnt, das Internet im allgemeinen gleichbedeutend bzw. synonym mit dem World Wide Web verwendet wird, ist auch in diesem Buch mit dem Wort Internet immer auch das World Wide Web gemeint...

Die Größe des Internets bzw. des World Wide Webs lässt sich nur schwer genau bestimmen, da nie alle Teilnehmer bzw. Rechner zur selben Zeit mit dem Netz verbunden sind.

Schätzungen gehen davon aus, dass bereits jetzt weit mehr als eine Milliarde Menschen das Internet nutzen. Spätestens im Jahre 2015 werden es bereits zwei Milliarden Menschen sein. Auch die Gesamtzahl der Webseiten lässt sich nur schätzen. Im Jahre 2006 waren es ca. 8-10 Milliarden, vermutlich jedoch weitaus mehr. Nimmt man an, dass jede einzelne Seite 100 Kilobyte groß ist, ergibt das eine Datenmenge von ca. 900 Terabyte.

Um diese Größe zu veranschaulichen, soll eine beschriebene DIN-A4-Schreibmaschinenseite zum Vergleich herangezogen werden. Würde man 900 Terabyte Daten auf Papier bannen und die einzelnen Seiten übereinander stapeln, wäre der Papierstapel 22500 Kilometer hoch. Andere Schätzungen lassen ihn leicht auf die doppelte Höhe anwachsen...

- .
- .
- .

6.3 PageRank

6.3.1 Begriffsdefinition

Der PageRank, bzw. der auf den PageRank basierende Algorithmus, wurde von den Gründern Laut dem PageRank-Algorithmus besitzt jede Webseite ein Gewicht, den so genannten PageRank. Dieser wird in einer Skale von 1-10 angegeben,

wobei 10 den höchsten Wert bzw. die höchste Gewichtung darstellt.

Das Gewicht, also der PageRank einer Seite ist umso höher, je mehr Seiten, mit möglichst eigenem hohem PageRank, auf die Seite verlinken.

Eine Webseite erhält durch einen Link einer anderen Seite einen Teil des Gewichts dieser Seite, also einen Teil des PR. Wie groß dieser Teil ist, wird genau in der Formel festgelegt. Um dieses anschaulich zu verdeutlichen, dienen folgende einfache Beispiele:

Damit Ihre Webseite einen PR von 3 erhält, müssen theoretisch 101 Seiten mit einem PR von 2 oder ca. 3 Seiten mit einem PR von 4 auf Ihre Seite verweisen.

Wenn Sie einen PageRank von 5 erreichen möchten, benötigen Sie 3055 PR 2 Links oder 101 PR 4 Links. Für einen PageRank von 3 reicht allerdings auch schon ein PR 5 Link und für einen PR von 5 reicht schon ein Link von einer Webseite, die einen PageRank von 7 aufweist.

Je höher also der PageRank der verlinkenden Webseite, desto höher steigt auch der PR der verlinkten Seite. Der Anstieg des PageRanks verläuft dabei nicht gleichförmig, sondern eher `sprunghaft`. Um eine Stufe in der PR-Skala zu steigen, sind, vereinfacht gesagt, immer mehr und stärkere Links notwendig.

Den PageRank einer Webseite kann man mit Hilfe der Google-Toolbar feststellen. Sie zeigt den aktuellen PR der jeweiligen Seite auf der man sich gerade befindet.

Der angezeigte PageRank wird ca. alle drei Monate in einem so genannten PR-Update aktualisiert. Es kann also vorkommen, dass Ihre Webseite, obwohl bereits viele andere Seiten auf diese verweisen, keinen PR hat. Dieses ist jedoch nur indirekt der Fall. Die externen Links bzw. die Wirkung der Links fließt schon nach sehr kurzer Zeit in das Ranking Ihrer Webseite mit ein. Bei dem PR-Update handelt es sich lediglich um eine Aktualisierung des `sichtbaren` Pageranks...

- .
- .
- .

6.3.3 Vor- und Nachteile

Mit dem PageRank haben Larry Page und Sergey Brin einen externen, d.h. einen auf den ersten Blick schwer beeinfluss- bzw. manipulierbaren Faktor in das Verfahren zur Beurteilung von Webseiten aufgenommen. Die Grundidee, dass eine Webseite höher bewertet wird, wenn Sie viele und zudem starke Links von anderen Seiten bekommt, klingt plausibel und war einer der Hauptgründe für den späteren Erfolg der Suchmaschine Google.

Durch die Einführung des PageRanks waren die Ergebnisse von Google in der Regel besser als die der anderen Suchmaschinen.

Webseiten, die ohne einen relevanten Inhalt zu bieten, z.B. mittels Keywordspam bei den anderen Suchdiensten hoch gelistet wurden, filterte Google, weil die Seiten relativ wenige externe Links aufweisen konnten. Der PageRank-Algorithmus galt

deswegen lange Zeit als `Meilenstein` in der Entwicklung einer Suchmaschine, welche wirklich relevante Ergebnisse liefert und sich nur schwer manipulieren lässt.

Leider ist dieser `Meilenstein` mittlerweile eher zu einen `Stein im Magen` geworden. Da der PageRank von Anfang an ein wichtiger, wenn nicht sogar der wichtigste Rankingfaktor war, und zudem der Algorithmus von den meisten anderen Suchmaschinen in ähnlicher Weise übernommen wurde, hatten Links auf einmal einen hohen wirtschaftlichen Wert. Sie wurden verkauft, vermietet und getauscht. Plötzlich gab es zahllose Anbieter bzw. Services, die sich ausschließlich auf die Vermarktung von Links spezialisiert hatten.

Ferner versuchten viele Webseitenbetreiber so viele Links wie nur möglich zu sammeln. Vorher nie besuchte Gästebücher oder Foren wurden urplötzlich mit Linkeinträgen überschwemmt.

Schnell wurde klar, dass der PageRank einer der am leichtesten zu manipulierenden Faktoren war. Wer die Möglichkeit hatte, Zeit und vor allem Geld zu investieren, konnte das Ranking seiner Webseite stark beeinflussen. Plötzlich entschieden mehr und mehr finanzielle Mittel über die Reihenfolge in den Ergebnislisten der meisten Suchmaschinen.

Leider hat sich daran bis heute nur wenig geändert. Der Linkhandel ist noch immer einer der am schnellsten wachsenden Märkte im World Wide Web, obwohl Google und die anderen

Suchmaschinen versuchen, immer wieder dagegen vorzugehen.

So wurde das Attribut `rel=nofollow` eingeführt. Ein mit diesem Attribut versehender Link wird von den Crawlern der Suchmaschinen nicht weiterverfolgt, d.h. der PR der verlinkenden Seite wird nicht weitergegeben. Vor allen in Foren und Blogs wird das Attribut mittlerweile gezielt eingesetzt, um Spameinträge zu vermeiden.

Auch werden bekannte Linkanbieter bzw. Services regelmäßig abgestraft, indem z.B. deren Webseiten aus dem Index entfernt, oder sämtliche auf den Webseiten enthaltende Links abgewertet werden.

Leider sind alle diese Maßnahmen oft nur ein `Tropfen auf den heißen Stein`. Obwohl die Bedeutung des PageRanks für das Ranking einer Webseite stark abgenommen hat, blüht der Linkhandel weiterhin...