

Der Schlüssel für den ersten Platz

Tipps für ein hohes Suchmaschinen-Ranking für Internetseiten

Damit die Internetseite einer Zahnarztpraxis weit oben in der Ergebnisliste einer Suchmaschine (z. B. Google, Bing, Yahoo usw.) angezeigt wird, muss sie von den Suchmaschinen gefunden werden. Das Zauberwort heißt SEO – Search Engine Optimization –, die sogenannte Suchmaschinenoptimierung einer Internetseite.

Unter welchen Begriffen soll eine Internetseite gefunden werden? Diese Begriffe – sogenannte Keywords – sind der Schlüssel für den Interneterfolg. Der Zahnarzt muss sich im Klaren darüber sein, was der Benutzer in das Suchfeld der Suchmaschine eingibt, wenn er das sucht, was eine Zahnarztpraxis anbietet.

Die richtigen Schlüsselwörter finden

Genau auf diese Suchbegriffe sollte der Internetauftritt optimiert werden. Es reicht jedoch nicht aus, einfach alle Keywords, die zum Angebot einer Zahnarztpraxis passen, zu verwenden. Optimal ist es, sich auf ein paar konkrete Keywords zu konzentrieren, für die der Webauftritt suchmaschinenoptimiert werden soll. Um herauszufinden, welche Schlüsselwörter dies sind, gibt es unterschiedliche Möglichkeiten:

Eine E-Mail mit folgender Frage an Freunde und/oder Kollegen senden: „Welche fünf Suchbegriffe würden Sie in eine Suchmaschine eingeben, um nach dem Inhalt oder dem Angebot auf der Website www.beispiel.de zu suchen?“ Anhand der Antworten lassen sich ohne großen Aufwand die prominentesten Keywords herausfinden.

Eine weitere Möglichkeit ist, die Keywords anderer Zahnarztpraxen anzuschauen: Diese befinden sich im Quelltext einer Internetseite, speziell in den Metatags des Seitenquelltextes (Rechtsklick mit der Maus auf die Webseite „Seitenquelltext anzeigen“) `<meta name= „keywords“ ...>` und `<meta name= „description“ ...>`. Die Metatags sind immer eine gute Quelle für eigene Ideen.

Die Keywords sind im Text der Homepage enthalten. Deshalb sollte man mit Text nicht zu sparsam umgehen. Suchmaschinen erkennen Grafiken nicht – ebenso wenig den Text in Grafiken. Eine

Suchmaschine findet eine große Grafik auf einer Seite ohne Text nicht, auch wenn der Text suchmaschinenoptimiert ist.

Schlüsselwörter sinnvoll verwenden

Der Text auf der Webseite sollte möglichst viele Keywords enthalten. Andererseits ist es jedoch auch nicht ratsam, nur Keywords zu verwenden. Dies kann Suchmaschinen dazu veranlassen, nie wieder auf der Website vorbeizuschauen. Eine Keyworddichte von zwei bis fünf Prozent ist empfehlenswert.

Suchmaschinen bevorzugen Wörter, die „fett“ geschrieben sind. Hierüber gibt wieder der Seitenquelltext Auskunft. Wenn Keywords mit `` ausgestattet sind, erscheinen sie fettgedruckt auf der Seite. Hier gilt es auch, nicht zu übertreiben, da ein bis zwei Worte in „Fett“ pro Seite ausreichen.

Wer schon einmal im Seitenquelltext ist, kann auch den sogenannten title-tag (`<title>`) überprüfen und schauen, ob die Schlüsselwörter dort vorhanden sind. Für jede Seite des Webauftritts gibt es einen eigenen title-tag, der unbedingt für jede Seite extra sinnvoll benannt werden sollte, da er für Suchmaschinen aussagekräftig ist.

Im Seitenquelltext kann man zudem sehen, ob die Überschriften mit `<h1>` definiert sind. Es gibt h1 bis h6, wobei h1 die höchste Wertigkeit hat und h6 die geringste für Suchmaschinen. Oft finden sich Überschriften mit h2 oder geringer, wobei man sie auch genauso gut mit h1 benennen und ihre Bedeutung aufwerten könnte, damit die Website im Ranking der Suchmaschinen noch weiter nach oben klettert.

Tanja Sawilla
Online-Redakteurin
Geschäftsbereich Kommunikation der BLZK

Tanja Sawilla ist seit 1. September 2011 die neue Online-Redakteurin der BLZK. Sie folgt auf Claudia Walther, die die Kammer aus persönlichen Gründen verlässt. Claudia Walther hat regelmäßig im BZB zu Online-Themen, die für Zahnärzte interessant sind, berichtet. Diese Artikelserie soll fortgesetzt werden.