

Begegnung fördern

.BÜRO

Raumfunktionen entdecken
New Work in Gießen

.BODEN

Mission Klimaneutralität
Palácio Ludovice, Lissabon

.HOTEL

Zu Besuch bei Fyra
Neuheiten der Euroluca



MACHEN SIE SICH GOOGLE ZUM FREUND

SEO – EINFACH PLANBAR

Suchmaschinenoptimierung klingt für Sie ähnlich prickelnd, wie einen Bauantrag auszufüllen? Sie haben keinen Plan, wie das für Ihre Webseite funktionieren soll? Hier kommt Hilfe: ein SEO-Leitfaden für Einsteiger.

Eines vorweg, ich bin keine Expertin für SEO. Doch alles, was ich Ihnen hier ans Herz lege, habe ich getestet und es funktioniert. Es passiert nicht von heute auf morgen, sondern mittelfristig. Vorausgesetzt, Sie drehen an den richtigen Stell-

schrauben und bleiben am Ball. Dabei gilt es, in Hinblick auf den Text, Verlinkungen und Videos einige Dinge zu beachten. Damit Ihre Webseite im Google-Ranking klettert und Sie auch als Innenarchitekt und Gestalter besser gefunden werden, folgt eine Liste mit den Basics. ←

DAS IST KEIN HEXENWERK

□ Check

Prüfen Sie die Qualität Ihrer Webseite z. B. mit [seobility.net](https://www.seobility.net). Sie erreicht einen Wert von 80 bis 85%? Alles gut! Liegt das Ergebnis darunter, dürfen Sie sich um die Performance kümmern. Die Auswertung des Checks zeigt Ihnen an, was die wichtigsten SEO-Bausteine auf Ihrer Webseite sind.

□ Mobile First

Prüfen Sie, ob Ihre Webseite schnell lädt und mobil optimiert ist, heißt: Ist sie responsive und funktioniert auch auf dem Smartphone? Bei Google gilt „mobile first“: Die Suchmaschine untersucht nur noch die mobile Version, um sie zu indexieren und deren Qualität zu bewerten. Webseiten, die nur am Desktop funktionieren, verlieren an Bedeutung.

□ Struktur

Verbessern Sie die Struktur Ihrer Webseite und achten Sie auf die Hierarchie der Überschriften. Nutzen Sie die Headline 1 nur einmal, beispielsweise für einen

Claim. Dann folgt Headline 2 sowie diverse Zwischenüberschriften 3 und 4 zwecks Gliederung der Inhalte, etwa für eine Projektbeschreibung.

□ Google liebt Text

Auf die Startseite gehört Text. Punkt. Es ist nicht zielführend, dort nur Fotos zu zeigen, damit es „elegant und minimalistisch aussieht“. Nutzen Sie die prominente Stelle, um das Wichtigste mitzuteilen und Mehrwert zu bieten. Denn Menschen und Google wollen Informationen. Der Google-Bot liest HTML (Text), prüft Inhalte und bewertet die Verweildauer. Springen Nutzer schnell ab, kann das ein Zeichen für minderwertige Inhalte sein. Das wirkt sich negativ aufs Ranking von Webseiten aus.

□ Keywords

Bitte kein Keyword-Stuffing auf der Webseite, das straft Google ab. Texte dürfen klar, informativ und emotional geschrieben sein, um auf Ihr Unternehmen ein-

zuzahlen. Verwenden Sie prägnante und aussagekräftige Keywords. Diese sollen zu Ihrem Büro passen und Begriffe sein, nach denen Ihre Zielgruppe sucht. Ihre Keywords bzw. Suchbegriffe gehören in den Seitentitel und die Beschreibung Ihrer Webseite, siehe nächster Punkt.

□ Google Snippets

Verfassen Sie für jede Seite (Homepage, Projekte, Leistungen etc.) prägnante Title-Tags (Seitentitel) und Beschreibungen (Meta). Das sind die Google Snippets.



Keywords für Seitentitel und Texte für die Beschreibung: Wie es nicht sein soll (rot) und wie es besser funktionieren kann.

Die Serie „Aus der Praxis“ präsentiert Hintergrundwissen, das Ihnen jenseits Ihrer Fachkompetenz zum Erfolg verhelfen wird. Mehr unter: info.md-mag.com/karriere

„Menschen und Google wollen Informationen“

Fotos: Lakee MNP - stock.adobe.com



SEO (Englisch: search engine optimization) steht für Suchmaschinenoptimierung. Sie soll die Sichtbarkeit einer Webseite erhöhen.



Ute Latzke

ist Kommunikations-
expertin für die
Architekturbranche,
Autorin und
Bloggerin. Sie
konzipiert Texte für
Websites und
Fachmedien.
Als empathische
Komplizin hilft sie
ihren Kunden,
authentisch zu
kommunizieren und
digital sichtbar zu
werden.

www.utelatzke.com

Diese werden als Suchergebnis angezeigt, wenn Nutzer als Beispiel Mustermann-Büro oder Holzbau eingegeben haben. Der Title-Tag hat max. 55 Zeichen und hier kommen Ihre Keywords rein. In der Metabeschreibung mit max. 155 Zeichen steht das Wichtigste über Sie. Diese darf klar und einladend sein.

❑ Snippet Generator

Texten und testen Sie Ihre Title-Tags und die Beschreibung einfach im SEO-Tool. Dort wird auch angezeigt, ob die Länge in der mobilen Version passt. Sind sie zu lang, werden diese abgeschnitten. Das gibt Minuspunkte!

❑ Backlinks

Erstellen Sie hochwertige Inhalte. Arbeiten Sie mit anderen Webseiten zusammen und bieten etwa einen Gastbeitrag an mit der Bitte um Verlinkung. Wenn Ihre Webseite Backlinks hat, wird sie als qualitativ hochwertig eingestuft und das wirkt sich positiv auf das Ranking aus.

❑ Trust

Zeigen Sie positive Kundenreferenzen (Zitate) oder Fallstudien, um das Vertrauen potenzieller Kunden zu gewinnen. Auch das steigert die Performance Ihres Onlineauftritts, da Sie glaubwürdig sind und Menschen sich länger mit Ihrer Seite befassen.

❑ Videos

Verwenden Sie neben Fotos auch Videos, um Ihre Arbeit zu präsentieren und den Projektfortschritt zu demonstrieren. Oder stellen Sie Ihr Team und Ihre Leistung in



Eine gute Webseite entsteht durch die Mischung von guten Texten, Keywords, Bildern, Videos und Verlinkungen.

einem zweiminütigen Video vor. Immer mehr Nutzer erwarten Video-Content. Und Google bewertet es positiv, wenn Sie Inhalte in mehreren Formaten aufbereiten.

❑ Feinschliff

Aktualisieren Sie Ihre Webseite regelmäßig und vermeiden Sie tote Links (404 Not Found). Das ist peinlich. Texten Sie Bildunterschriften und geben Sie Fotos einen klaren Dateinamen: nicht 0045.jpg, sondern beispielsweise Beton-treppe-Villa-Muster.jpg. Schreiben Sie einen Alt-Text, der kurz beschreibt, was auf dem Foto zu sehen ist. Verfassen Sie individuelle und eindeutige Linktitel, also nicht „mehr erfahren“. Besser „Erfahren Sie mehr über das Holzbau-projekt in München“.

❑ Tools

seobility.net/de/seocheck
sistrix.de/kostenlose-tools
[google search console](http://google.com/search-console)
semrush.com



Vorangegangene
Beiträge dieser
Serie lesen Sie mit
mdPlus unter
[info.md-mag.com/
praxis](http://info.md-mag.com/praxis)