



Der eine, wirklich goldene Tipp für eine erfolgreiche Webseite

Liebe Leserin, lieber Leser,

vielen Dank, dass Sie Ihre Zeit aufwenden und sich für dieses Thema interessieren.

Ich will auch gar nicht lange drum herumreden, sondern gleich zum Wesentlichen kommen. Seit 2008 entwickle ich Webseiten. Und mit der Zeit habe ich gelernt, dass meine Kunden gar nicht eine schöne Webseite haben wollen, auch wenn sie das bei mir so bestellen. Vielmehr wollen sie Erfolg mit ihrer Webseite haben und neue Kunden gewinnen. Der Begriff „schöne Webseite“ war also ein Synonym für „Erfolg haben mit der Webseite“.

Das 2. Aha-Erlebnis hatte ich, als ich feststellte, dass eine schöne Webseite den Erfolg gar nicht garantiert. Es kommt auf andere Dinge an als auf Schönheit. Ja, ich weiß, an dieser Stelle werden die Designer unter Ihnen massiv widersprechen, was ich auch verstehen kann. Aber es ist wirklich so. Schönheit schadet nicht, kommt aber nach anderen Kriterien.

Und diese anderen Kriterien definieren die Suchmaschinen. In Deutschland beispielsweise werden ca. 95% der Suchanfragen bei Google eingegeben (s. Tabelle). Also bestimmt Google in Deutschland, welchen Erfolg eine Webseite hat oder eben nicht.

Marktanteile Suchmaschinen in Deutschland	
Suchmaschinen	Marktanteil Mai 2019
Google	95,00%
bing	2,90%
Yahoo!	0,80%
DuckDuckGo	0,70%
t-online	0,20%

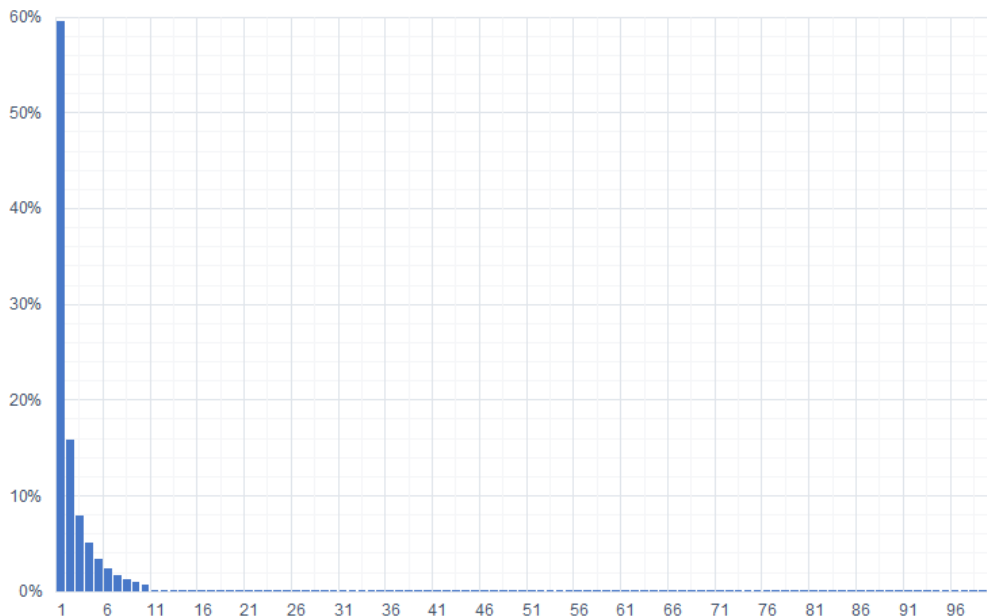
Quelle: <https://www.indexlift.com/de/blog/marktanteile-suchmaschinen-weltweit-2019>

Der erste Schritt zum Erfolg ist die Sichtbarkeit. Stehen Sie mit Ihrer Webseite nicht auf der ersten Seite der Suchergebnisse, sind Sie im Grunde unsichtbar und werden keinen Erfolg haben (Abb. 2).

Denn die User finden Ihre Seite nicht und klicken folglich auch nicht darauf. Keine Besucher, kein Erfolg.

Das heißt, Sie müssen auf der ersten Seite der Suchergebnisse erscheinen, nach Möglichkeit unter den ersten drei bis fünf Suchergebnissen. Und allein dieser erste Schritt hat mit Design schon mal gar nichts zu tun. Denn Google ist rein textbasiert. Google kann keine Bilder oder Videos anschauen, sondern urteilt nur nach dem vorhandenen Text. Und jetzt hat Google zu dem eingegebenen Keyword bzw. Suchbegriff zehntausende, wenn nicht gar Millionen Webseiten zur Auswahl, die sich alle um die ersten zehn Plätze auf der ersten Ergebnisseite drängeln.

Prozentuale Klickwahrscheinlichkeit von Rankingposition 1 bis 100



(Quelle: <https://www.sistrix.de/news/klickwahrscheinlichkeiten-in-den-google-serps/>)

Um hier eine Auswahl treffen zu können, braucht Google Kriterien. Und Google hat technische sowie inhaltliche Kriterien, um diese Auswahl zu treffen und Webseiten beurteilen zu können.

Hierbei ist Google sehr einfach gestrickt: denn es möchte dem User für seine Frage das beste Suchergebnis an der ersten Position liefern. Der User soll die Webseite möglichst schnell und ohne Komplikationen aufrufen und sich dort ohne Schwierigkeiten zurechtfinden können. Und er soll die beste Antwort auf seine Frage finden.

Das ist ein, wie ich finde, sehr logischer Ansatz. Denn ist der User zufrieden, kommt er wieder und klickt auch auf die Werbeanzeigen. Dann klingelt bei Google die Kasse, der Werbekunde und der User sind ebenfalls zufrieden.

Mit dieser schlichten Formel stieg Google zur führenden Suchmaschine der Welt auf.

Google hat einen Katalog von über 200 technischen Kriterien, um eine Webseite zu beurteilen. Darunter fallen Ladezeit, Anzahl der Backlinks, Verhalten der Besucher auf der Webseite, das Einhalten bestimmter Regeln bei der Textgestaltung bezüglich der Überschriften, der Textaufteilung etc.

Diese technischen Kriterien waren früher für den Ranking-Erfolg entscheidend. Heute werden sie einfach vorausgesetzt. Heute kommt für Google als entscheidende Größe der Inhalt der Webseite

hinzu. Seit dem Hummingbird-Update im Jahre 2013 ist Google immer besser darin geworden, komplexe, auch per Sprache eingegebene Suchanfragen richtig zu beantworten und den hinter Sprache bzw. Texten liegenden Sinn zu interpretieren. Bei der Eingabe von „Google, was ist nach einer Herz-OP zu beachten?“ erkennt Google den dahinterliegenden Sinn der Anfrage und wird die passenden Ergebnisse zur Nachsorge, aber nicht zur Herz-OP selbst liefern.

Dieses Können wendet Google auch auf die Texte der Webseiten an und prüft, inwieweit der Inhalt der Webseite die Suchintention der Anfrage befriedigt. Je besser eine Seite die Frage beantwortet, desto besser wird sie zu dem Suchbegriff ranken.

Sie rankt also nicht nur wegen der guten Sichtbarkeit. Sondern sie wird auch deshalb erfolgreich sein, weil sie die Frage des Users am besten beantwortet. Denn dann wird ein Besucher lange auf der Webseite verweilen, weil sie ihn interessiert, eventuell sogar einen Backlink setzen, sich viele Seiten der Website anschauen. Diese Aktionen zeigen Google die Relevanz der Webseite und ihrer Inhalte, was zu einer Aufwertung führt. Damit kommt die Seite in den Fokus weiterer Interessenten, was wiederum zu einer weiteren Aufwertung führt. Und das ursprüngliche Erfolgsziel des Webseiten-Betreibers wird erreicht.

Damit sind wir wieder bei der Eingangsfrage angelangt:
welches ist der eine, der super, der goldene Tipp für Ihre Webseite?

Nehmen Sie ernst, dass Google die Spielregeln bestimmt und spielen Sie nach diesen Regeln!

Viele meiner Kunden sehen das nicht ein, sowohl was die Gestaltung als auch was den Text der Webseite betrifft. Natürlich muss man Kompromisse schließen, aber die Spielregeln bestimmt Google. Diese Erkenntnis ist manchmal hart, aber für den Webseitenerfolg unerlässlich.



Sie sollten in einem ersten Schritt den technischen Zustand Ihrer Seite prüfen und in einem zweiten Schritt Ihren Content überarbeiten. Linkbuilding gehört ebenfalls dazu, aber auch eine klare Vorstellung, wie Sie mit Ihren Besuchern in Kontakt treten und in Kontakt bleiben wollen. Jedes der Themen „Sichtbarkeit“, „Traffic“, „Content-Optimierung“ und „Email-Marketing“ ist es wert, ein ganzes Buch zu schreiben.

Aber als Einstieg empfehle ich Ihnen mein eBook „Sie sind richtig gut, aber keiner weiß es? Die 10 wichtigsten Tipps für ein gutes Google-Ranking“. Ich bin zur Zeit dabei, es Kapitel für Kapitel zu schreiben. Sie können es kostenlos bis Ende 2020 anfordern. Den Link finden Sie unter dem Link, mit dem Sie diesen Artikel heruntergeladen haben. Das eBook bekommen Sie kapitelweise zugeschickt.

Auch wenn Sie anschließend die Optimierungsarbeiten nicht selbst durchführen wollen, haben Sie mit diesen Informationen die Möglichkeit, Ihre Aufträge gezielt zu vergeben und die Ergebnisse zu beurteilen.

Alle, die interessiert sind, ihre Webseite selbst zu optimieren, werden zahlreiche Hilfestellungen und Erläuterungen finden, wie sie schnell zu vorzeigbaren Ergebnissen kommen.



Und in allen Fragen stehe ich Ihnen auch gerne zur Verfügung.

Ihr
Bernhard Horstmann

Dr. Horstmann-VP2 e.K.
Obernstr. 55
D-28832 Achim

Tel.: 0049 (0) 172 342 19 44

Email: info@vp2.eu

Web: <https://vp2.eu>

