

# *Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung*

It's not a trick - It's knowledge.

## Inhaltsverzeichnis Teil 1: on-page

1. Content	13
1.1 Was ist Content?	13
1.2 Einzigartigen Content schaffen	13
1.3 Duplicate Content	13
1.4 Content Syndizierung	14
1.5 SEO ohne Content?	14
2. Saubere Struktur, saubere URLs	15
2.1 Jeder Inhalt ist nur unter exakt einer URL erreichbar	15
2.1.1 URLs sind für die Ewigkeit	15
2.1.2 Standard-Domain definieren	16
2.2 Jede URL wird für ein bestimmtes Keyword optimiert	17
2.3 Alle URLs ohne Trailing Slash	18
2.4 Groß- und Kleinschreibung in URLs	18
2.5 Statische und sprechende URLs	19
2.6 Trennzeichen in der URL	20
2.7 Ersetzen von Sonderzeichen in der URL	21
2.8 Maximale Länge der URL	23
3. Alle Inhalte in den Google-Index bringen	23
3.1 Vorteile der vollständigen Indizierung	23
3.2 Crawlbare Seitenstrukturen schaffen	24
3.2.1 Bläuernavigationen	24
3.2.2 Fehlende Verlinkung	26
3.3 XML Sitemaps	27
3.4 Obergrenzen für die Anzahl der Seiten auf einer Domain	27
4. Titles, Descriptions und Headlines	28
4.1 Title-Tags	28
4.2 Headlines	29
4.3 Meta-Descriptions	29
4.4 Snippet-Optimierung	30
4.5 Einzigartige Titles und Descriptions	31
5. Interne Verlinkung	32
5.1 Keyword-Verlinkung	32
5.2 Alt-Tags	32
5.3 Mehrfache interne Verlinkung	32
6. Checkliste on page SEO	33

<i>7. Einschätzung des Werts von Links</i>	<i>39</i>
7.1 Wozu?	39
7.1.1 Wann ist ein Link überhaupt suchmaschinenrelevant?	39
7.2 Pagerank	40
7.3 Analyse der Linkpopularität	40
7.3.1 Analyse der Linkqualität	41
7.4 Analyse des Rankings	41
 <i>8. Link-Akquise-Strategien</i>	 <i>42</i>
8.1 Linktausch	42
8.2 Linkbaiting	42
8.3 Linkbuying	43
8.3.1 Preise für das Mieten von Links	43
8.3.2 Netzwerke	43
8.3.3 Link-Buying-Agenturen	44
8.4 Social Media Optimization	44
 <i>9. Link-Akquise in der Praxis</i>	 <i>45</i>
9.1 Platzierung von Links	45
9.2 Themenrelevanz	46
9.3 Bad Neighborhood	46
9.4 Diversifizierung	46
9.5 Langsames Wachstum der eingehenden Links	47
9.6 Linktext	47
9.7 Deeplinking	48