

## **Einen Onlineshop erfolgreich betreiben**

Was hilft der beste Onlineshop, wenn potenzielle Käufer ihn nicht finden? Dies ist besonders wichtig, schließlich beginnen über 90% aller Kaufaktivitäten im Netz über eine Websuche. Grundsätzlich wird der organische Traffic über die Suchmaschinen generiert, den bezahlten Besucherverkehr über Pay-per-Click-Werbung auf Facebook oder Werbung auf Google und klassische soziale Medien – neben Facebook auch Instagram oder Pinterest. Um zu erreichen, möglichst viele Besucher auf die eigene Webseite zu holen, sollten alle Regeln des SEOs beachtet werden.

Das technische SEO geht weit über die Suche nach passenden Keywords und der Integration von Backlinks des klassischen SEOs hinaus. Es könnte auch als SEO 2.0 bezeichnet werden. Es wird dazu eingesetzt, dass die Besucher zu jeder Zeit auf den Webinhalt zugreifen können. Die Inhalte der Webseite müssen erreichbar und so aufgebaut sein, dass sich die Seite schnell aufbaut und gut strukturiert ist. Relevant sind kurze Ladezeiten, um die Konversionsrate zu steigern – also um die Anzahl der Verkäufe zu erhöhen. Eine Studie, die im Jahr 2015 durchgeführt wurde, ergab, dass die Konversionsrate bei schnellen Seiten um mehr als 20 % steigt.

## **Das Ranking mit technischem SEO steigern**

Seit sich der Warenkauf im Internet ab den späten 1980iger Jahren immer weiter entwickelte, aber auch die Konkurrenz immer größer wurde, wollten viele Onlineshops die eigene Webseite auf Platz 1 der Suchmaschine sehen. Untersuchungen haben allerdings gezeigt, dass es gar nicht einmal notwendig sein muss, auf Platz 1 zu stehen, Platz 2 bis 5 sind da sehr viel effektiver. Dies liegt vor allem daran, dass das Auge zunächst in die Mitte des Bildschirms gelenkt wird.

Das technische SEO spielt auch in diesem Zusammenhang eine große Rolle, denn der immer komplexer werdende Aufbau einer Webseite macht es notwendig, dass die technischen Grundlagen immer ausgefeilter werden. Wer sich oben in den Suchergebnissen platzieren kann, setzt nicht mehr nur auf die Integration der richtigen Keywords und qualitativ hochwertige Texte, sondern auch auf die strukturelle Basis durch den technischen SEO-Aufbau. Jeder, der möchte, dass seine Webseite besser rankt, sollte sich ein wenig in den gängigen Programmiersprachen auskennen.

Zusammenfassend sorgt das technische SEO dafür, dass sich die Nutzer, die eine Webseite besuchen, gut zurechtfinden und sich wohlfühlen. Dazu gehören alle Maßnahmen für die On-Page-Optimierung der Webseite – abgesehen vom Content. Es geht vor allem darum, die Seite von den Crawlern der Suchmaschine auffindbar zu machen, den Seitenaufbau zu beschleunigen und die Performance der Webseite zu verbessern. Es geht darum, die URL und den Seitenaufbau zu optimieren, was wiederum die Bedienfreundlichkeit (Usability) der Seite verbessert. Die Schnelligkeit einer Webseite wird von Google sogar als Rankingfaktor gewertet. Dies gilt für die angepasste Anzeige auf mobilen Endgeräten, damit die Webseite auch auf Geräten mit kleinem Bildschirm perfekt dargestellt wird.

## **Ranking verbessern durch technisches SEO**

Ziel ist, die eigene Webseite bei den Suchmaschinen wie Google oder Bing weit nach oben bringen. Für die Seitenbesitzer bedeutet dies mehr Erfolg, mehr Sichtbarkeit und mehr Besucher auf der Seite, was anschließend auch zu einem besseren Ranking und mittelfristig auch zu mehr Erfolg führt.

In dieser kleinen Liste werden die wichtigsten Punkte des technischen SEO beschrieben, die bei einer Verbesserung des Rankings bedacht werden sollten:

<b>URL OPTIMIEREN</b>  In der URL sollte ein Hauptkeyword enthalten sein. Im Text müssen Beschreibungen des Keywords zu finden sein. Parallel gilt nach wie vor, dass Unterüberschriften zwischen H1 – H6 eingefügt werden müssen, um den Text sinnvoll zu strukturieren.	<b>SICHERHEIT GARANTIEREN</b>  Aus „http“ sollte „https“ werden – es signalisiert dadurch, dass die Seite sicher ist. Gleichzeitig dazu ist es eine gute Lösung, die Daten zu verschlüsseln. Inzwischen wird auch die Verschlüsselung als Rankingfaktor gewertet, sodass auch das Ranking positiv beeinflusst wird.
<b>BEREINIGTER QUELLCODE</b>  Es ist unbedingt notwendig, dass der Quellcode der Seite schlank gestaltet wird. Außerdem sollten Sie darauf achten, dass keine Fehler im Code eingebaut sind, die später zu einer fehlerhaften Anzeige der Seite führen könnten.	<b>LINKSTRUKTUR SAUBER HALTEN</b>  Für den Aufbau einer sinnvollen Linkstruktur müssen die verschiedenen Unterseiten einer Page sinnvoll über einen Ankertext miteinander zu verknüpfen werden. Ziel ist es, die die Besucher geschickt durch die Inhalte zu leiten.
<b>STEUERUNG DER BOTS</b>  Die Robots – kurz Bots – sind automatisch ablaufende Programme, die die Erreichbarkeit einer Webseite gewährleisten. Dazu ist es erforderlich, dass das Crawling fehlerfrei abläuft. Gleichzeit ist sicherzustellen, dass wichtige Quellen freibleiben.	<b>VERKÜRZUNG DER LADEZEIT</b>  Neben der Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit der Seite spielt die Verkürzung der Ladezeit eine Kernrolle, die als Rankingfaktor gewertet wird. Bei Ladezeiten, die über zwei Sekunden hinausgehen, steigt die Absprungrate der Besucher.
<b>DARSTELLUNG AUF MOBILGERÄTEN</b>  Heutzutage gehört es zum Standard, dass die Inhalte von Seiten auf mobilen Geräten wie dem Smartphone oder Tablet abgerufen werden. Es müssen sinnvolle Maßnahmen ergriffen werden, damit die Webseiten für die Internetnutzer einen hohen Komfort bereitstellen.	<b>RICH SNIPPETS BILDEN</b>  Der SEO-Title, URL und Metadescription sind die Elemente, die in der Suchmaschine dargestellt werden. Sie müssen optimal gestaltet werden und müssen per Klick auf die entsprechende Webseite weiterleiten. Die Snippets sollten also so formuliert werden, dass sie Besucher zu Klicks animieren.

Die in der Tabelle aufgeführten Liste handelt es sich lediglich um die Faktoren, die dem technischen SEO als on-page-Optimierung zuzuordnen sind. Doch auch das beste technische SEO bringt nur die gewünschten Effekte, wenn auch die klassischen Faktoren des SEOs eingearbeitet werden. Hier ist vor allem die Erstellung von hochwertigem, informativen Content zu nennen, der von Google und anderen Suchmaschinen bis heute als besonders wichtig eingeschätzt wird.

## 2019 – Entwicklungen im technischen SEO

Mittlerweile sind die Zeiten eines einfachen SEOs vorbei. Wenn Sie trotzdem die Webseite Ihres Unternehmens möglichst oben in den Suchergebnissen finden wollen, müssen Sie eine vielschichtige Strategie entwickeln, die technisches SEO mit der regelmäßigen Erstellung von qualitativ hochwertigem Content, in den relevante Keywords eingearbeitet sind, verbindet.

Hier sind die wichtigsten Änderungen bzw. Anpassungen zusammengestellt, die helfen, die wichtigsten Entwicklungen im technischen SEO 2019 aufzuzeigen:

<b>MOBILGERÄTE</b>	<b>SUCHABSICHT ERKENNEN</b>	<b>SUCHE ÜBER EINSPRECHEN</b>
Bereits seit Jahren steigt die Nutzung des Internets über digitale Endgeräte immer mehr an, ein Trend, der sich weiter fortsetzen wird. Google hat das bemerkt und reagiert damit, dass die mobile Seite bereits seit 2016 mehr Aufmerksamkeit erhält als die stationäre und entsprechend angepasst wird.	Google nutzt verschiedene Softwareprodukte der künstlichen Intelligenz, wodurch die Suchmaschine immer besser erkennt, wonach die Anwender suchen. Für die Unternehmen bedeutet dies, dass sie die Suchabsicht der Nutzer besser verstehen müssen, um über ihren Onlineauftritt erfolgreich zu sein.	Immer weiter gibt Google seinen Besuchern die Möglichkeit, die Suche nicht mehr schriftlich, sondern mündlich durchzuführen. Dadurch verändert sich die Form der Eingabe, mehrere Untersuchungen konnten belegen, dass Nutzer mündlich eher in Frageform formulieren, was eine neue Suchform darstellt.

Melanie Garmanzky ist ehemalige Gründerin und Gesellschafterin der Garmanzky WEBconsulting GmbH einem Tochterunternehmen der Engel & Zimmermann AG. Nach ihrem Ausstieg aus dem „Agenturenleben“ ist sie mit einem festen Freelancer- und Development-Nearshore-Team im Bereich Online Kommunikation als Freelancerin in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterwegs. Sie berät und entwickelt seit vielen Jahren mit ihrem Team für Unternehmen und Marken wie Roche Deutschland, Sana Kliniken, Haufe Gruppe, Copenrath & Wiese, Oettinger Brauerei oder BHS tabletop in allen Fragen rund um Social-Media-Aktivitäten, IT-Projektmanagement, Online-Vermarktung, Search Engine Optimization (SEO) sowie bei der Planung und Durchführung der gesamten Online-Kommunikation.