

IHRE WEBSEITE(N) FÜR SUCHMASCHINEN OPTIMIEREN

10 Tipps für eine bessere Referenzierung



Die Suchmaschinenoptimierung (oder SEO für *Search Engine Optimization*) ist eine Disziplin, die sehr komplex sein kann, da die von Suchmaschinen verwendeten Algorithmen eine Vielzahl von Kriterien berücksichtigen, um Inhalte zu indexieren und zu bewerten. In der Welt der SEO ist jedoch **der Inhalt König**. Achtet man auf gut strukturierte und auf einfache Weise geschriebene Seiten, kann man ohne grossen Aufwand sehr gute Ergebnisse erzielen. Hier sind **10 Tipps**, die keine technischen Eingriffe erfordern, aber in engem Zusammenhang mit dem Inhalt stehen und daher für alle Webpublisher anwendbar sind.

1. Optimieren Sie Ihre Seitentitel	2
2. Geben Sie zu wichtigen Seiten eine Metadescription an.....	3
3. Beachten Sie die Hierarchie der Überschriften.....	4
4. Betiteln Sie Ihre internen Links	5
5. Erstellen Sie thematische und gut strukturierte Seiten	5
6. Vermeiden Sie inhaltliche Duplikate	6
7. Lagern Sie die wissenschaftlichen Publikationen auf den dafür vorgesehenen Plattformen ..	6
8. Verzichten Sie auf geschlechtersensible Schreibweisen in Navigationstiteln	7
9. Verwenden Sie explizite Bild- und Dateinamen.....	8
10. Bitten Sie um vertrauenswürdige Backlinks.....	8

1. OPTIMIEREN SIE IHRE SEITENTITEL

Der Titel einer Seite ist ein grundlegendes Kriterium für die Indexierung. Er soll kurz sein und die wichtigsten Schlüsselwörter zum Thema der Seite enthalten. Diese werden wahrscheinlich für die Suche in einer Suchmaschine verwendet, deshalb ist folgendes zu beachten:

- Allgemeine, gut verständliche Begriffe verwenden
- Abkürzungen vermeiden
- Seitentitel auf max. 50 Zeichen beschränken

Beispiele

- "Bachelor in Biomedizinischen Wissenschaften" anstelle von "Bsc in Biomed" ...
- "Publikationen von Lucas Spierer" anstelle von "Publikationen".
- "Über den Rechtsdienst" anstelle von "Über uns".

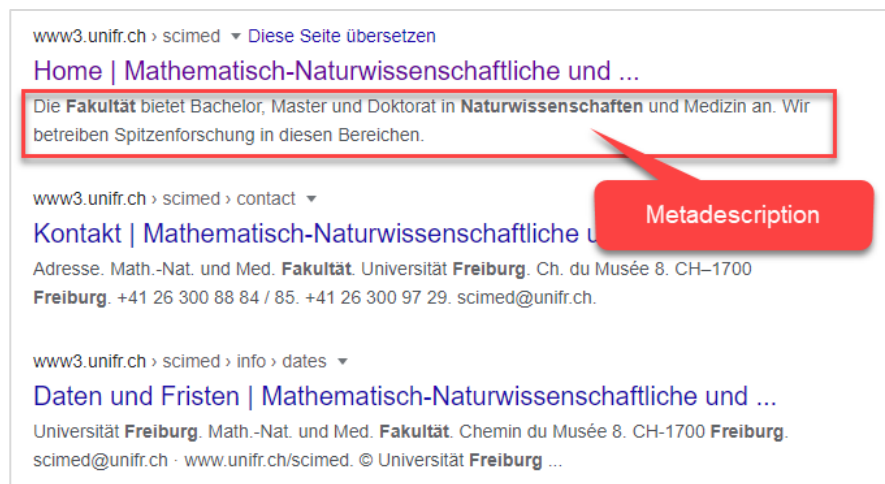
Im MODx

Der Seitentitel ist derjenige, den Sie im Feld **Title (1)** angeben. In der Regel wird der Titel auch als **erste Überschrift (2)** in den Seiteninhalt übernommen. Wenn der Seitentitel zu lang ist, können Sie im Feld **Menu title (3)** eine kürzere Version eingeben; diese wird dann in der Navigation angezeigt.

The screenshot displays the MODx document editor interface. At the top, there are tabs for 'Document', 'Settings', 'Template Variables', 'Resource Groups', and 'Versions'. The 'Document' tab is active. Below the tabs, there are several input fields for document metadata. The 'Title*' field is highlighted with a red box and a red circle with the number '1'. The 'Long Title' field is empty. The 'Description' field is empty. The 'Summary (introtxt)' field is empty. On the right side, there are fields for 'Menu Title' (highlighted with a green box and a green circle with the number '3') and 'Link Attributes'. Below these, there are checkboxes for 'Hide From Menus' and 'Published'. The 'Content' section is visible below the metadata fields. It contains a '+ Add Layout' button. At the bottom, there is a 'Title' field (highlighted with a red box and a red circle with the number '2') and a 'Heading 2' dropdown menu. The 'Title' field contains the text 'Bachelor en sciences médicales'.

2. GEBEN SIE ZU WICHTIGEN SEITEN EINE METADESCRIPTION AN

Die Metadescription ist ein Text, der für Besucher unsichtbar ist, aber von Suchmaschinen gelesen wird, um den Inhalt Ihrer Seiten zu bewerten. Google zeigt in seinen Suchergebnissen auch Metadescriptions (falls vorhanden) als **Teaser** an.



Schreiben Sie Ihre Metadescriptions als **Anreiztexte**, die zum Klicken veranlassen, und versuchen Sie, bedeutende Schlüsselwörter in Bezug auf den Inhalt Ihrer Seite zu integrieren. Darauf sollten Sie besonders achten:

- **Ganze Sätze** schreiben (keine Aufzählung von Schlüsselwörtern)
- **160 Zeichen** nicht überschreiten (der Rest wird von Google ignoriert)
- Eine **eindeutige Metadescription** pro Seite

Beispiele

«Die Fakultät bietet Bachelor, Master und Doktorat in Naturwissenschaften und Medizin an. Wir betreiben Spitzenforschung in diesen Bereichen.»

«Unsere Forschung auf hohem Niveau liegt in den Bereichen der kognitiven Psychologie, der Arbeits- und Organisationspsychologie und der klinischen Psychologie.»

Im MODx

Im Feld **Description** können Sie eine Metadescription für jede Seite eingeben.

Document Settings Template Variables Resource Groups Versions

Title* Recherche en psychologie

Long Title

Description Nos activités de recherche de haut niveau touchent à la psychologie cognitive, la psychologie du travail et de l'organisation et la psychologie clinique.

Summary (introtex)

Uses Template Sidebar

Resource Alias recherche

Menu Title Recherche

Link Attributes

☐ Hide From Menus

☒ Published

3. BEACHTEN SIE DIE HIERARCHIE DER ÜBERSCHRIFTEN

Suchmaschinen geben den Überschriften, die Sie dem Inhalt Ihrer Seiten hinzufügen, viel Gewicht. Damit eine Seite semantisch korrekt ist und von den Suchmaschinen gut interpretiert wird, muss die Hierarchie der Überschriften respektiert werden. Dies bedeutet:

- Der Seiteninhalt muss mit einer Hauptüberschrift der Stufe 2 (H2) beginnen.
- Ihre Seite darf nur 1x eine Hauptüberschrift der Stufe 2 enthalten.
- Für die weiteren Überschriften wird die Stufe 3 (H3) (oder allenfalls Stufe 4) verwendet.

Beispiel

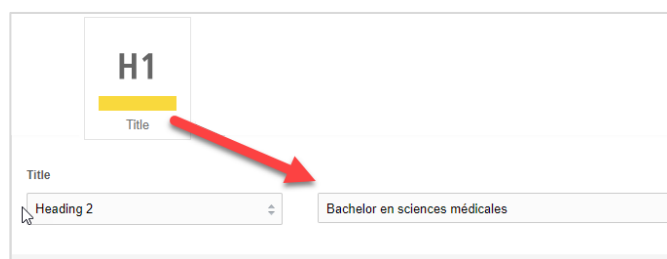
Hier ist eine typische und korrekte Überschriftenstruktur einer Webseite:



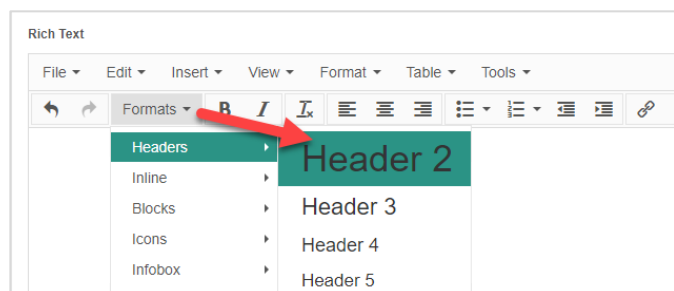
Im MODx

Es gibt zwei Möglichkeiten, Inhaltsüberschriften zu erstellen. In beiden Fällen ist es möglich, die Stufe anzugeben.

- Über das Inhaltselement **Title**



- Über die Schaltfläche **Format** des Rich-Text-Elements



4. BETITELN SIE IHRE INTERNEN LINKS

Suchmaschinen verhalten sich wie menschliche Besucher_innen und möchten wissen, was sie finden werden, wenn sie einem Link folgen. Dabei hilft es, die Links einerseits **explizit zu beschriften** und andererseits mit einem **unsichtbaren Titel** zu versehen, um einen zusätzlichen Hinweis darauf zu geben, was beim Öffnen des Links gefunden wird.

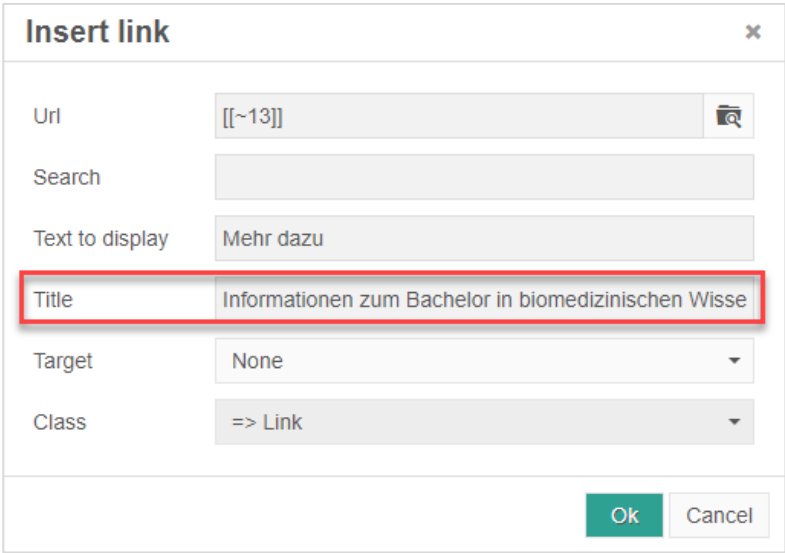
Beispiel

Link-Beschriftungen wie *"Klicken Sie hier"* oder *"Link"* sollten vermieden werden, da sie sowohl für Menschen als auch für eine Suchmaschine absolut unbedeutend sind.

Ein Link mit der Beschriftung *"Mehr dazu"* ist für eine Suchmaschine nicht sehr aussagekräftig. Er kann daher durch den folgenden Titel ergänzt werden: *"Informationen zum Bachelor in biomedizinischen Wissenschaften"*.

Im MODx

Wenn Sie einen Link im Texteditor erstellen, können Sie im Feld **Title** zusätzliche unsichtbare Informationen eingeben.



The screenshot shows the 'Insert link' dialog box with the following fields:

- Url: [[~13]]
- Search: (empty)
- Text to display: Mehr dazu
- Title: Informationen zum Bachelor in biomedizinischen Wissen (highlighted with a red rectangle)
- Target: None
- Class: => Link

Buttons: Ok, Cancel

5. ERSTELLEN SIE THEMATISCHE UND GUT STRUKTURIERTE SEITEN

Der Inhalt einer Webseite sollte nicht wie ein einziger und monotoner Textblock aussehen, noch sollte er sich mit zu unterschiedlichen Themen befassen. Die Strukturierung Ihres Textes und die Fokussierung Ihrer Seite auf ein einziges Thema wird nicht nur die Lektüre für Ihre Internetnutzer_innen angenehmer machen, sondern auch die Suchmaschinen beim Verständnis Ihres Textes anleiten. Um eine Seite richtig zu strukturieren, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- Die wichtigsten Informationen an den Anfang platzieren (als Einleitung)
- Den Inhalt in mehrere Kapitel mit sprechenden Überschriften verteilen
- Wichtige Schlüsselwörter in Fettdruck setzen
- Aufzählungslisten oder nummerierte Listen verwenden
- Einfaches Vokabular verwenden, das für jede_n verständlich ist
- Kurze Sätze bilden (1 Satz = 1 Idee, max. 15-20 Wörter)
- Externe Links oder Call-to-Actions nur unten auf der Seite platzieren (oder in der rechten Spalte)

6. VERMEIDEN SIE INHALTLICHE DUPLIKATE

Genau wie die akademische Welt hat Google Plagiate überhaupt nicht gern, und wenn es doppelten Inhalt entdeckt, kann es zu entsprechenden Sanktionen in den Suchergebnissen führen. Daher müssen **folgende Praktiken vermieden werden**:

- Externe Inhalte kopieren und auf der eigenen Website 1 zu 1 veröffentlichen
- Mehrere Seiten mit dem gleichen Inhalt erstellen
- Den gleichen Textblock auf mehreren Seiten übernehmen

7. LAGERN SIE DIE WISSENSCHAFTLICHEN PUBLIKATIONEN AUF DEN DAFÜR VORGESEHENEN PLATTFORMEN

Die Warnung vor doppelten Inhalten gilt auch für wissenschaftliche Publikationen. Diese Publikationen auf der eigenen Website (auch als PDF-Dokumente) zu speichern, wenn sie auch auf externen Plattformen verfügbar sind, kommt einem Duplikat gleich, das früher oder später von Suchmaschinen sanktioniert wird.

Darüber hinaus stellen wissenschaftliche Publikationsplattformen den Suchmaschinen Metadaten zur Verfügung, die die Referenzierung von Artikeln deutlich erleichtern, im Vergleich zu den Universitätswebsites, die einen anderen Zweck verfolgen.

Um die Indexierung der wissenschaftlichen Artikel zu optimieren, gelten folgende Regeln:

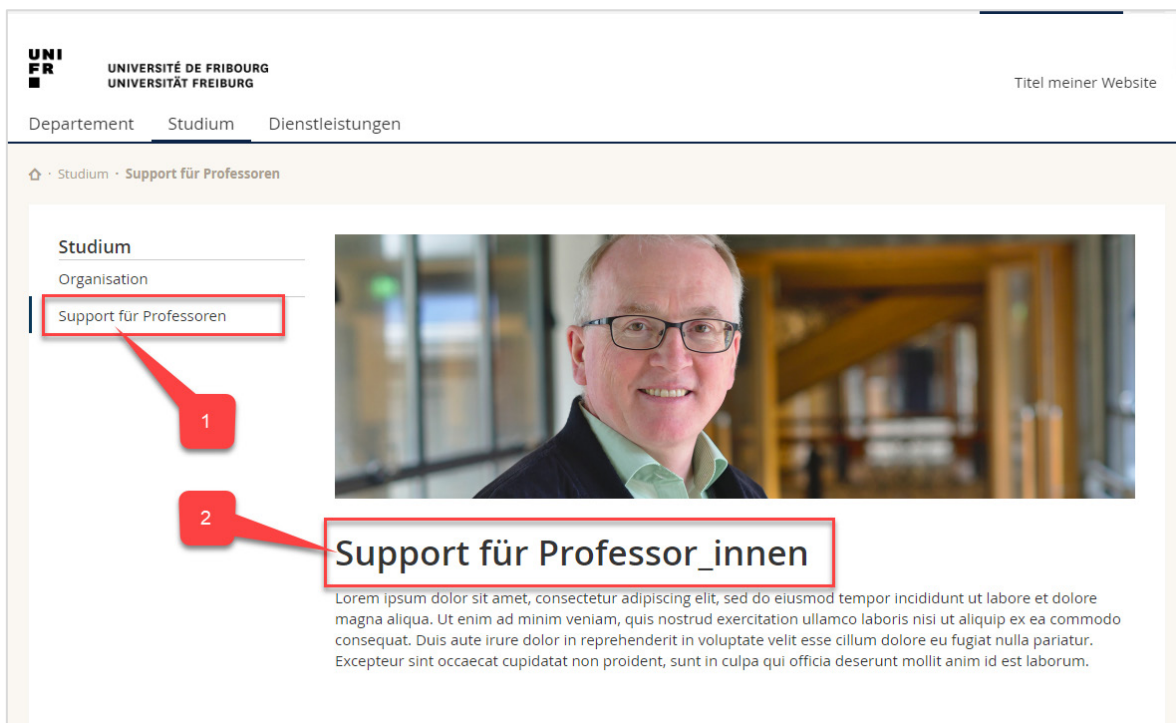
- Publikationen auf [RERO DOC](#) oder anderen **digitalen Bibliotheken** im *Open Access* lagern (siehe dazu die Empfehlungen der Forschungsdienststelle zu [Open Access Publishing](#)).
- **Permalinks** (oder [DOI](#), falls verfügbar) verwenden, um die wissenschaftlichen Publikationen auf der Universitätswebsite zu verlinken.
- Bei neuen oder wichtigen Publikationen lediglich eine **Zusammenfassung** publizieren und dann auf die externe Publikation verweisen.

8. VERZICHTEN SIE AUF GESCHLECHTERSENSIBLE SCHREIBWEISEN IN NAVIGATIONSTITELN

Geschlechtersensible Sprache, wie sie an der Universität Freiburg [empfohlen wird](#), führt z.T. bestimmte orthographische oder typographische Neuerungen in das geschriebene Wort ein, wie z.B. die Verwendung des Gender Gap (*Professor_innen*) zur Abkürzung der weiblichen und männlichen Formen desselben Begriffs. Solche einschliessenden Begriffe sind problematisch in Bezug auf SEO, weil sie von Suchmaschinen nicht gut interpretiert und von Internetnutzer_innen kaum als Suchbegriffe verwendet werden. Daher sollten **in Navigationstiteln und Aliassen**, die für die Indexierung von besonderer Bedeutung sind, **keine einschliessenden Begriffe** verwendet werden. In den Inhaltsüberschriften hingegen dürfen sie verwendet werden. Prinzipiell sollte man allerdings, wo immer möglich, **geschlechterneutrale Begriffe** bevorzugen.

Beispiel

Im folgenden Beispiel wird die Standardschreibweise für den Seitentitel (1) verwendet (der auch in der Navigation angezeigt wird), während die geschlechtersensible Schreibweise auf die Inhaltsüberschrift (2) angewendet wird.



9. VERWENDEN SIE EXPLIZITE BILD- UND DATEINAMEN

Suchmaschinen geben den Dateinamen, die zur Benennung von Bildern und PDF-Dokumenten verwendet werden, Gewicht. Es ist daher ratsam, Schlüsselwörter innerhalb der Dateinamen zu platzieren. Google wird sich auf diese Schlüsselwörter stützen, um Bilder in seinen Suchergebnissen anzuzeigen. Um die Dateien SEO-mässig zu benennen, gelten folgende Regeln:

- Verwenden Sie **explizite Schlüsselwörter**, um Dateien zu benennen (wobei selbstverständlich Sonderzeichen und Akzente vermieden werden müssen)
- Ersetzen Sie Leerzeichen durch **Bindestriche**
- Verwenden Sie Schlüsselwörter, die der **Sprache des Dokuments** entsprechen.

Beispiele

☒ <i>Botanischer-Garten-Geranium.jpg</i>	☐ <i>DSC_0120.jpg</i>
☒ <i>freiburg-pont-de-la-poya.jpg</i>	☐ <i>freiburgpontpoya.jpg</i>
☒ <i>studienplan-bachelor-biologie.pdf</i>	☐ <i>BSc_BL_DE_V2.pdf</i>
☒ <i>richtlinie-hygiene-unifr-2020.pdf</i>	☐ <i>directive_hygiene_Deu.pdf</i>

10. BITTEN SIE UM VERTRAUENSWÜRDIGE BACKLINKS

Eines der wichtigen Kriterien, die von Suchmaschinen verwendet werden, um die Relevanz einer Website und damit ihr Ranking in den Suchergebnissen zu bestimmen, ist die Qualität der eingehenden Links (oder Backlinks), die auf diese Website verweisen. In der Tat ist Google der Ansicht, dass Backlinks ein Zeichen des Vertrauens in den Inhalt einer Website sind.

Viel mehr als die Quantität spielt die **Qualität der Backlinks** eine Rolle: Ein Backlink von der Website eines grossen elektronischen Mediums oder einer Institution, die im gleichen Bereich wie Ihre Einheit arbeitet, hat eine viel grössere Wirkung als ein Backlink aus dem unbekannten Blog Ihres Cousins.

Darüber hinaus spielt der **Wortlaut der Backlinks** eine Rolle. Bitten Sie darum, dass sie explizit formuliert werden und die wichtigen Schlüsselwörter des Inhalts enthalten, zu dem sie führen. Ein Backlink, der als "*Master of Law für Nicht-Juristen an der Universität Freiburg*" formuliert ist, wird mehr Wirkung haben als "*Klicken Sie hier, um den Link zu öffnen*".

Hinweise

- Kontaktieren Sie *vertrauenswürdige* Partnerinstitutionen (ausserhalb der Unifr) oder Unternehmen und bitten Sie sie, einen Link zu Ihrer Website (oder zu internen Seiten Ihrer Website) zu setzen.
- Wenn ein Forschende_r in den Medien auftritt, bitten Sie systematisch die Partnermedien, einen Link zu Ihrer Website zu platzieren.
- Bitten Sie bei gemeinsamen Forschungsprojekten systematisch die Partnerorganisation, einen Link zu Ihrer Website zu setzen.
- Machen Sie regelmässig News über Ihre Einheit (Events, Forschungsergebnisse, neue Publikationen, usw.), da News leicht von anderen Websites verlinkt werden können.