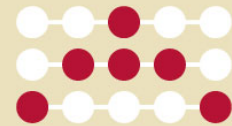


Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht; und das weniger aufgrund erlernter Vorgehensweisen sondern oftmals einfach wegen ihrer sozialer Kompetenzen und ihres Denkverhaltens. Auf diese Fähigkeiten möchte ich in diesem Artikel näher eingehen und damit sowohl Anfängern als auch fortgeschrittenen SEOs helfen, die nächst höhere Ebene zu erreichen.

Lassen Sie uns deshalb nun einen Blick auf die Fähigkeiten werfen, die die meisten Top SEOs in der Welt haben.

1. Einfühlungsvermögen / Empathie

Empathie ist auch im Business-Bereich unabdingbar. Jeder kennt dazu sicher ein persönliches Beispiel aus Verhandlungen und entstandenen Konfliktsituationen. Wenn man in der Lage ist, sich in das Denken Anderer hineinzusetzen, kann man erfolgreicher diskutieren und argumentieren. Somit ist es nicht verwunderlich, dass diese soziale Kompetenz auch einer der wichtigsten Faktoren ist, um ein Top-SEO zu werden. Warum?

Da die Top-SEOs in der Lage sind, sich selbst in Googles Lage bei vielen Fragen zu versetzen. Zum Beispiel. *"Was wäre eine Möglichkeit für mich als*

Google-Entwickler, den Google-Algorithmus so anzupassen, dass er automatisch externe Links suchen und für eine Überprüfung kennzeichnen könnte, für die wahrscheinlich bezahlt wurde?" Nehmen Sie sich eine Minute Zeit, um darüber nachzudenken. Sie sollten mindestens fünf Antworten geben können. Höchstwahrscheinlich wurde mindestens die Hälfte davon bereits implementiert. Oder Sie könnten fragen *"Was haben Websites mit Top-Qualität und Top-Ranking gemeinsam in Bezug auf Website-Struktur, interner Verknüpfung, Funktionen, Sprache und eingehenden Links?"* Am Ende des Tages würde Google immer qualitativ gute Sites auf vorderen Positionen einordnen wollen, und diese Logik wird ein guter SEO immer übernehmen. Mit Empathie können Sie sogar Google voraus sein und Dinge implementieren, von denen Sie glauben, dass sie im Moment kein Ranking-Faktor sind, aber möglicherweise in Zukunft sein könnten. Das gilt vor allem für Dinge, die einen logischen Sinn haben (ein Beispiel dafür könnte die latent semantische Indizierung sein). Und damit komme ich zum nächsten Punkt.

2. Logisches Denken

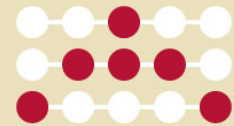
Viele Top-SEO's haben ein ausgeprägtes logisches Denkvermögen. Da der Google-Algorithmus im Wesentlichen ein Programm ist, kommt ihnen dieses Denken zugute, richtet sich doch das Erkennen und Begreifen dabei - ähnlich der Google-Analyse und -Gewichtung – an einer großen Menge von Faktoren und Parametern aus. Da der Google-Algorithmus noch nicht weiß, ob eine neue Website ohne Links gut ist oder nicht, muss man als SEO sehr logisch und im Voraus denken (s. Empathie), damit man die (aus Googlesicht) erforderlichen Dinge umsetzt und die richtigen Attribute einer neuen qualitativ guten Site auswählt:

Würde z. B. eine neue Top-Site nur 15 Seiten haben? Hätte eine hervorragende neue Domain mehr HTML-Code als Text Content auf einer Seite? Wie viel Text hat die durchschnittliche Top-Website pro Seite? Zu welcher internen Verlinkung und URL-

Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.

Struktur tendieren hochwertigen Websites? Welche Form und Häufigkeit würden die ersten eingehenden Links einer neuen Top-Domain haben (es sind nicht ausschließlich Google Pagerank 5 + Links!), etc.

Ein logischer Verstand und Methodik sind wichtig, um bei der Suchmaschinenoptimierung erfolgreich zu sein. Logisch denkende Menschen neigen dazu, zu wissen, ob sie einer Lektüre in einem Forum oder Blog glauben und vertrauen können, und sie neigen dazu, instinktiv Müll zu erkennen. Anstatt automatisch zu glauben, was sie lesen, denken sie darüber logisch nach und kommen häufiger zu den richtigen Schlüssen. Dies bringt mich zum nächsten Punkt.

3. Kritisches Denken

Als SEO-Einsteiger wie auch als Fortgeschrittener ist es keine gute Idee, etwas als absolute Tatsache zu werten, was *irgendjemand* sagt. Das schließt übrigens auch Mitarbeiter von Google, mich selbst, oder jeden anderen Experten mit ein. Sehr, sehr wenige Menschen kennen wirklich den vollen Google-Algorithmus. Wir alle kochen nur mit Wasser. Wenn Sie einen gewissen Grad an Empathie und logischem Denkvermögen besitzen (s. o.), dann wollen Sie wissen, welche Informationen mit größerer Wahrscheinlichkeit zutreffen und welche Informationen weniger wahrscheinlich sind.

Kritisch denkende Menschen neigen dazu, Vermutungen beweisen zu wollen. Ein solcher Nachweis wird durch geeignete Tests erbracht. Aber selbst mit vielen Versuchen und Tests kann man nie 100% sicher sein, ob ein Ranking-Verlust oder Gewinn einige bekannte Ursachen hat oder Resultat anderer unbekannter externer Faktoren ist.

Der Unterschied zwischen einem Anfänger und professionellen SEO ist, dass ein Top-SEO sein Handwerk nicht durch Foren, Blogs oder Twitter, lernt, sondern durch Tests mit seinen eigenen Domains. Hier komme ich zu einem Punkt, den Sie

etwas kontrovers finden könnten. Die besten SEOs da draußen haben gegen die Google-Richtlinien in der Vergangenheit verstoßen, einige sogar mehrfach. Sie haben mindestens eine Domain in der Vergangenheit ‚verbrannt‘. Wer Ihnen sagt, er sei ein guter SEO und hat nicht mindestens eine Domain in der Vergangenheit verbrannt, sagt entweder nicht die Wahrheit oder ist kein Top-SEO.

Warum? Weil das bedeutet, dass diese Leute keine ausreichenden Tests vorgenommen haben. Um den Algorithmus bestmöglich zu beherrschen, müssen Sie seine Grenzen kennen. Wenn Sie nie über die Grenzen gegangen sind werden Sie nie wissen, wo die Grenzen sind! Um kritisch denken zu können brauchen Sie etwas, über das Sie kritisch denken können.

Wie finden Sie neue Ideen für SEO oder Informationen über die Tests, die von Anderen durchgeführt wurden? Vergessen Sie nicht, dass viele Teile des Google-Algorithmus zuerst in den USA ausprobiert werden. Deshalb achten Sie darauf, die guten US- und UK- SEO-Blogs zu lesen und regelmäßig Websites zu besuchen wie seomoz.org, searchengineforums.com oder searchenginewatch.com.

Änderungen am Google-Algorithmus werden oft in den USA als erstes ausgetestet. Daher hilft es, wenn Sie Englisch lesen und verstehen können. In Deutschland gibt es neben dem ABAKUS-Forum und -Newsletter einige ausgezeichnete Blogs und Artikel, wie z. B. von Johannes Beus (SISTRIX). Folgen Sie den richtigen Leuten auf Twitter, starten Sie einen "SEO Stammtisch" für Ihre Region. Aber seien Sie vorsichtig. Akzeptieren Sie nicht alles, was Sie hören oder lesen, als Tatsache. Seien Sie kritisch und testen Sie die Dinge selbst!

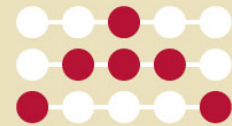
4. Analytisches Denken

Heutzutage gibt es viele Online- und Software-Tools, die Ihnen helfen, eine Webseite effizient im Detail zu analysieren. Jeder Aspekt einer einzelnen

Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.

Seite kann heutzutage im Detail analysiert werden. Als ich mit SEO anfang, war es nicht so einfach. Die Werkzeuge waren einfach noch nicht verfügbar. Ich glaube fest an den Nutzen von Tools bei einer Seite-Analyse, aber ich glaube *nicht* an Tools, die dann den nächsten Schritt gehen und vorschlagen, was Sie tun sollten, um Ihre Webseite / Domain zu optimieren.

Das beste Werkzeug für die Optimierung nenne ich „Gehirn 2.0“ ☺. Daher liegt es nahe, dass die Statistiker, Mathematiker, etc. einen Vorteil in diesem Bereich haben. Hin und wieder wird eine Studie veröffentlicht, die jeweils eine neue Gemeinsamkeit bei Top-Ranking-Domains sowie bei schlechten Ranking-Domains aufzeigt. Im Moment würde ich sagen, ein Top-SEO kennt nur etwa 75% -80% der wichtigsten Ranking Faktoren aber nur etwa 30% -40% der weniger wichtigen Faktoren. Ich würde auch sagen, dass jeder Top-SEO etwas über die Arbeitsweise des Google-Algorithmus entdeckt hat, was er nie öffentlich in einem Forum / Blog oder was auch immer aus offensichtlichen Gründen bekanntgeben würde. Abgesehen davon, gibt es genügend Informationen im Internet zu finden. Wenn Sie die Fähigkeiten aus den Punkten 1.-3. besitzen, haben Sie damit genug Wissen, um selbst für sehr umkämpfte Keywords gut zu ranken.

5. ‚Offenes‘ Denken

Wenn Sie glauben, ein bestimmter Ranking-Faktor ist definitiv implementiert und jemand zeigt Ihnen Daten, die zeigen, dass es vielleicht nicht mehr der Fall ist, *müssen* Sie offen sein, Dinge zu überdenken und / oder ggf. neue Tests durchführen. Das beste Beispiel hierfür ist der Keywords-Metatag. Er *war* ein Ranking-Faktor zu der Zeit, als Altavista und Yahoo! den deutschen Suchmarkt beherrschten. Heutzutage wird er vollständig ignoriert, und das schon seit vielen Jahren. Dennoch gibt es Webmaster, die *immer noch* glauben, dass der Keywords-Metatag wichtig ist. Diese haben vielleicht gehört, dass er nicht mehr verwendet wird, sich aber trotzdem entschlossen, diese Information zu ignorieren.

Mit anderen Worten: Webmaster sind in dieser Frage gedanklich stehen geblieben. Wenn man z. B. glaubt, dass Google im Grunde so viele eingehende Links wie möglich sehen will, die auf eine Domain zeigen, dann ist man gedanklich im Jahre 2003-2004 geblieben. Wenn man glaubt, dass der Google PageRank für das Ranking wichtig ist, dann sollte man seine Meinung überdenken und akzeptieren, dass er nur ein Indikator dafür ist, dass eine Website Vertrauen und Autorität hat, an sich aber kein wichtiger Grund für das Ranking ist (bei diesem Problem sind selbst Top-SEOs unterschiedlicher Meinung, einige glauben, der PageRank hat keine Bedeutung für das Ranking und andere glauben, er ist ein weniger wichtiger Faktor. Aber keiner der Top-SEOs ist der Auffassung, dass der Google Pagerank ein wirklich wichtiger Ranking-Faktor ist). Google ändert ständig seinen Algorithmus, und so sollte man permanent für Änderungen im Algorithmus offen sein. Ein guter SEO wird sich immer die Meinungen anderer SEOs anhören, und wenn ihre Theorien logisch sind aus Sicht von Google Sinn machen, dann wird er Sie selbst testen. Er wird neue Ideen niemals einfach so verwerfen.

6. Webprogrammierung

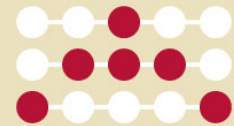
Wenn Sie verstanden haben, dass eine Website keine Session-IDs an einen Suchmaschinen-Robot ausliefern sollte oder wenn Sie die 302-Umleitung Ihres Servers in eine 301 ändern müssen, aber nicht wissen, wie man dies selbst richtig oder effizient macht, dann müssen Sie entweder jemand anderes damit beauftragen oder es schnell lernen.

Das Problem mit dem Auftrag an eine andere Person ist, dass Sie nicht wissen, ob die Umleitung korrekt durchgeführt wurde oder ob der Server-Header immer noch ein 302 ist. Im Falle von Session-IDs könnte es sein, dass jemand nicht nur die Session-IDs für Google blockiert hat, sondern auch andere Parameter. Bei einigen Fällen im wirklichen Leben ist es sogar schon vorgekommen, dass die ganze Seite für Google gesperrt wurde.

Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.

Das sind nur zwei Beispiele. Es gibt viele andere Bereiche, in denen keine bzw. wenig HTML-oder PHP-Kenntnisse Sie in ernste Schwierigkeiten bringen können.

Wie z. B. das Optimieren von XT: Commerce-Templates oder Typo3-Templates für mehr Suchmaschinenfreundlichkeit im Vergleich zu den offiziellen Änderungen erfordert Programmierkenntnisse. Eine externe Web-Agentur übermittelt für einen Client an die Google Webmaster-Tools nicht nur die Webseiten, die wegen Duplikat-Problemen entfernt werden sollten, sondern jede einzelne Seite auf der Domain. Sie haben möglicherweise nicht die Zeit oder die Fähigkeit, alle Programmierungen selbst zu erledigen, aber Sie sollten externe Arbeiten immer prüfen und wissen, wenn etwas nicht richtig ist. Ich selbst bin kein Meister in PHP. Aber ich weiß genug und kenne die zu verwendenden Werkzeuge, um letztlich zu wissen, ob etwas richtig oder nicht umgesetzt worden ist. Sie müssen kein Top-Web-Programmierer sein. Sie sollten aber wenigstens die Grundlagen in den wichtigsten Programmiersprachen kennen, wenn Sie Andere die Arbeit für Sie erledigen lassen. Zudem benötigen Sie ein potentiell hohes eigenes Niveau wenn sie selber programmieren.

Es gibt einfach zu viele Dinge bei der Programmierung, die schon mangels ausreichender Konzentration oder geringfügiger HTML-Syntax-Fehler schief gehen können. Falsche Einrichtung eines canonical-Tag oder eine Umleitung auf die falsche Seite / falsche Art passieren jederzeit.

7. Marketing

Marketing-Fähigkeiten oder zumindest –Kenntnisse sind besonders nützlich für Inhouse-SEOs wichtig. Das umfassende Verständnis vom Kern des Geschäfts, die Prioritäten des Unternehmens, Roll-out Termine und Details der neuen Produkte und Dienstleistungen etc. sind entscheidende Faktoren bei der erfolgreichen Umsetzung einer SEO-Kampagne.

Wenn Sie nicht vollständig die Marketingziele eines Unternehmens verstehen, könnte es passieren, dass Sie eine Domain für Suchbegriffe optimieren, die nicht mit den strategischen oder Marketing-Zielen einer Firma übereinstimmen. Sie müssen den kompletten Marketing-Mix verstehen. Nicht nur SEO. Sie sollten ein Interesse an erscheinenden Meldungen und Pressemitteilungen Ihres Unternehmens haben und oft mit Ihrem Marketing-Team kommunizieren. Sie sollten verstehen, wie Social Media Maßnahmen SEO unterstützen können oder zum Beispiel in der Lage sein, mit der Marketing-Abteilung bei der Entwicklung einer Linkbait-Kampagne zusammenzuarbeiten.

8. Enthusiasmus

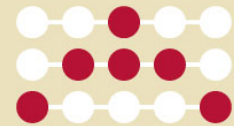
Neugierde und Begeisterung für den gesamten Bereich der SEO sind wahrscheinlich die wichtigsten Faktoren, die einen durchschnittlichen SEO von einem Top-SEO unterscheiden. Man sollte wirklich eine tiefe Begeisterung für alle Dinge im Zusammenhang der Suche haben und vor allem dafür, wie der Google-Algorithmus „tickt“. Damit ist vor allem das Lesen der Google-Patente und White Papers gemeint. Das bedeutet auch, sich die Zeit zur Durchführung von Tests sowie zum Lesen und Austauschen in Diskussionsforen und Blogs zu nehmen. Nur so kann man schließlich selber beurteilen, wo ein Algorithmus ist und noch wichtiger, in welche Richtung er sich bewegt.

Die besten SEOs hören nicht auf, über den Google-Algorithmus nachzudenken, wenn sie von der Arbeit nach Hause kommen. Sie haben ein echtes tiefes Interesse an der Thematik. Deshalb sind nach meiner Erfahrung die meisten Top-SEOs nicht mit der Unternehmens-Website Ihres Arbeitgebers oder als Teil ihrer Arbeit in einer Web-Agentur gestartet, sondern mit ihrer eigenen privaten Seite (egal ob kommerziell oder Hobby). Es liegt in der Natur der Sache, dass man die eigene Website mit sehr sehr viel mehr Begeisterung an die Spitze von Google bringen möchte als jede andere. In meinem Fall wurde ich komplett süchtig nach SEO, weil meine

Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.

erste private Hobby-Website nirgendwo für „meiner“ Suchbegriff (Backgammon) rankte. Daher begann ich, jedes Wort auf searchenginewatch.com zu lesen und wurde Mitglied in Foren wie seochat.com.

Was ich damit sagen will ist, dass Sie mit einer echten SEO-Begeisterung nicht Ihre Arbeitgeber-Website als Testgelände ‚missbrauchen‘ sollten. Denn wenn Sie bei einem Test zu enthusiastisch sind und diesen vermessen kann es bedeuten, dass Sie arbeitslos werden, wenn die Website deswegen bestraft wird.

9. Kommunikations-Fähigkeiten

Kommunikationsfähigkeiten sind natürlich immer wichtig, vor allem aber für Inhouse-SEOs, Agentur-Mitarbeiter oder selbständig tätige SEOs (Workshops mit Kunden, Vorträge auf Konferenzen, die Kommunikation in Personalversammlungen, etc.). Nicht jeder ist im öffentlichen Reden gut und kann auf Meetings überzeugen; sei es auf internen oder externen Meetings.

Überzeugende und selbstsichere Personen, die vielleicht ein wenig extrovertiert sind, sind tendenziell erfolgreich, während schüchterne, unsichere Menschen echte Probleme haben. Wenn ich Gastredner für meine SEMSEO Konferenz auswähle gibt es zwei Hauptfaktoren, die ich beachte:

- a) Haben sie ein tiefes Wissen in ihrem Fach?
- b) Sind sie gute Kommunikatoren und Präsentatoren?

Ein monotoner Sprecher, der in seine Brust murmelt und keine Miene während einer ganzen Session verzieht ist nicht der, den ich will. Selbst wenn der Inhalt sehr gut ist und er ein Top-Experten zu seinem Thema ist, muss er in der Lage sein, sein Wissen in einer Weise zu präsentieren, dass das Publikum anspricht. Auf diese Weise wird das Wissen viel besser aufgenommen als ‚von einer menschlichen Statue‘ mit keiner Variation im Ton.

Bei Workshops für Kunden oder auch als Inhouse-SEO ist es von enormer Bedeutung, dass man souverän und überzeugend ist. Nur so kann der Kunde oder auch Vorgesetzte die vorgestellte Sichtweise nachvollziehen und als richtig einschätzen. Die besten Inhouse-SEOs sind diejenigen, die den direkten Zugriff auf die wichtigsten Ressourcen erreicht haben, im gesamten Unternehmen respektiert werden und Vertrauen in ihre Fähigkeiten haben. Und sie sind ein ausgezeichnete Moderator und Kommunikator.

10. Networking Fähigkeiten

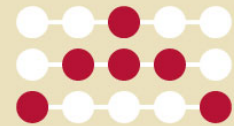
Mit Networking ist nicht unbedingt die Teilnahme an großen SEO-Veranstaltungen gemeint. Obwohl Sie manchmal mehr bei einer Party nach einer Konferenz erfahren können als auf der Konferenz selbst 😊. Inhouse-SEOs sollten sich innerhalb Ihrer eigenen Branche vernetzen und das nicht nur mit anderen SEOs. Sie können Verbindungen zu Menschen in Ihrer Branche knüpfen, die nicht unbedingt direkte Konkurrenten sind, um Linkbait-Ideen zu erhalten oder diese Partner einfach bitten, ob Sie Ihr Widget zu deren Website hinzufügen dürfen.

Vernetzung bedeutet eben nicht, einfach nur herumzulaufen und Visitenkarten zu verteilen. Sie sollten sich unterhalten, sogar mit Ihren Wettbewerbern. Ich habe z. B. großen Respekt vor Stefan Fischerländer, der suchmaschinentricks.de betreibt. Im Grunde wurde ich sein Wettbewerber, als ich das ABAKUS-Forum gestartet habe. Er hätte mich ignorieren können oder mir gegenüber ablehnend auftreten bei den diversen Veranstaltungen der SEO-Branche, auf denen wir uns getroffen haben. Er tat es nicht. Stattdessen haben wir bis heute viele intensive Gespräche über SEO im Allgemeinen. Ein Top-SEO wird seine Konkurrenten nicht fürchten und erkennen, dass es genügend Websites im Web für Jedermann gibt und tatsächlich verstehen, dass man immer etwas von anderen Personen lernen kann (siehe Punkt 5. ‚Offenes‘ Denken).

Suchmaschinenoptimierung

TOP 10: SEO-Skills

ABAKUS



SEO ist eines der Arbeitsgebiete, in denen kein akademischer Grad erforderlich ist. Trotzdem haben die Mehrheit der besten SEOs bestimmte Fähigkeiten gemeinsam, die sie so erfolgreich macht. Alan Webb, Geschäftsführer der ABAKUS Internet Marketing GmbH, stellt Ihnen die aus seiner Sicht wichtigsten Fähigkeiten vor.

Im Gegensatz dazu sieht man SEOs mit rüden Geschäftspraktiken nur selten auf den großen Branchen-Konferenzen. Unternehmen mit bis zu 40/50 nicht qualifizierten Call-Center-Mitarbeitern, deren SEO-Geschäft nur auf ausgefeilten Vertriebstechniken beruht, sind selten auf Konferenzen vertreten, es sei denn, Sie kommen inkognito hauptsächlich aus Verlegenheit.

Fazit

Meine Auflistung der wichtigsten SEO-Fähigkeiten beschreibt die aus meiner Sicht wichtigsten Anforderungen dafür, dass aus einem durchschnittlichen SEO ein Top-SEO werden kann. Einer der wichtigsten – hier nicht genannten - Faktoren ist aber einfach die Zeit. Mit steigender Erfahrung entwickelt man ein gutes Gefühl für die Dinge. Ein breiteres Spektrum an Erfahrung einem dabei helfen zu erkennen, in welcher Weise sich der Google-Algorithmus entwickelt.

Man wird mit der Zeit immer mehr dazu neigen, den eigenen Instinkten zu vertrauen. So glaube ich z.B. nicht, dass ein Link mit einem nofollow-Attribut komplett von Google ignoriert und überhaupt nicht gewichtet wird (wie sie und andere es behauptet haben), und dass es ein positives Zeichen sein kann, dass der Link zu einer gesunden Website zeigt (abgesehen von einigen Arten von Websites und Platzierungen wie z. B. Blog-Kommentare).

Einige der oben dargestellten Punkte werden von vielen SEOs erfüllt, andere eben nicht. Gerade bei den so genannten "soft skills" kommt es ja bekanntlich nicht unbedingt auf ein hohes Bildungsniveau oder entsprechende Qualifikationen an. Fähigkeiten wie Web-Programmierung, Marketing und Kommunikation können und sollten aber durch (interne oder externe) Aus- und Weiterbildung permanent ausgebaut werden.