

Suchmaschinen-Optimierung

Online-Marketing:

Wie Sie besser im www
gefunden werden können!

In Kooperation mit:



SPEED PARTNER

Stefan Neufeind

Online-Marketing
IHK Mittlerer Niederrhein, Krefeld

04.09.07 / Seite 1
Suchmaschinen-Optimierung

Über uns

- ▶ Gegründet 1999, GmbH seit 2005
- ▶ Firmensitz: Neuss
- ▶ Technische Realisierung
- ▶ Konzeption und Entwicklung
- ▶ Beratung und Service

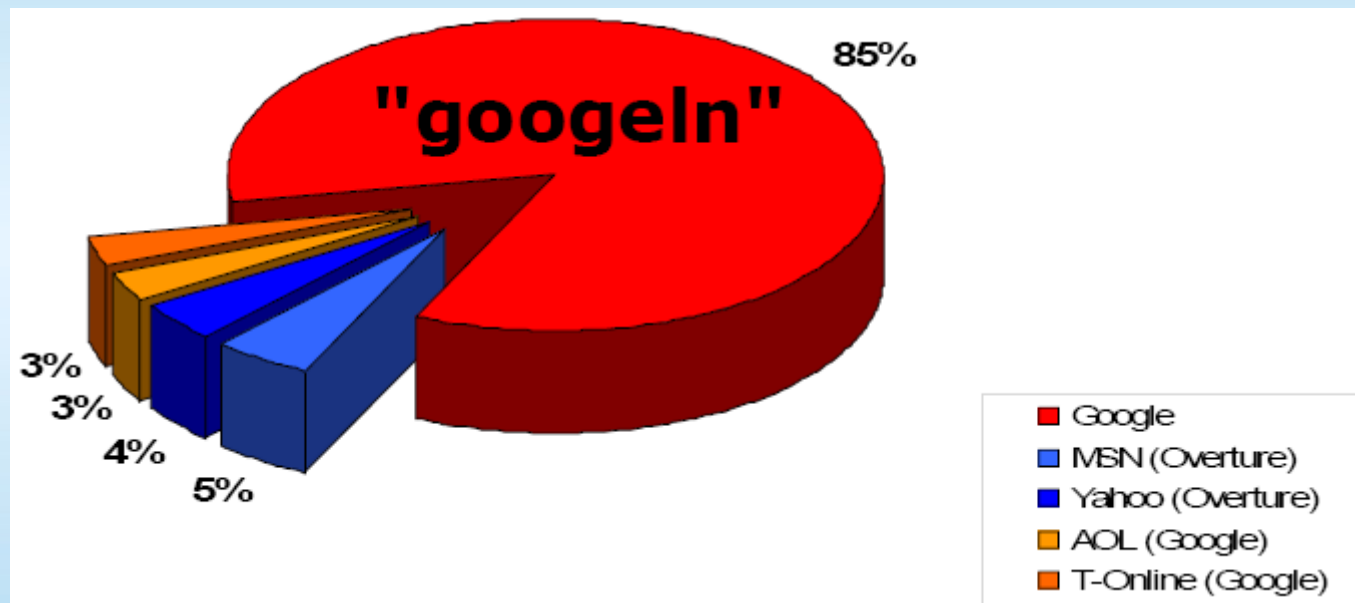
Fullservice-Internet-Solutions

Agenda

- ▶ Suchmaschinen / Webkataloge
- ▶ Grundüberlegungen
- ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
 - ▶ Durchsuchbarkeit
 - ▶ Optimale Struktur
 - ▶ Relevanz / Pagerank
- ▶ Qualität statt „faule Tricks“
- ▶ Praxis-Test (Plenum) + Individuelle Website-Checks

Suchmaschinen / Webkataloge

Marktanteile Suchmaschinen



Quelle: Gandke marketing & software

Suchmaschinen / Webkataloge



Wo suchen Sie?



Suchmaschinen / Webkataloge

- ▶ Funktionsweise Webkataloge:
 - ▶ Redaktionelle Sortierung nach Rubriken / Schlagworten
 - ▶ Häufig keine mehrfache Zuordnung möglich
 - ▶ Wo würden Sie suchen?
 - ▶ Anmeldung der URL erforderlich

z.B. [dmoz / Open Directory](#), [web.de](#), [Yahoo](#)

Suchmaschinen / Webkataloge

➤ Funktionsweise Webkataloge:

Die deutsche Startseite des internationalen Webverzeichnis

English | Multilingual Impressum | Info | Forum | Link | Login

Suche nach allen deutschsprachigen Inhalten. erweitert

Computer
Hardware, Netzwerk, Software, ...

Freizeit
Haustiere, Hobbys, Reisen, ...

Gesellschaft
Religion, Persönliche Homepages, ...

Gesundheit
Ernährung, Alternativ, ...

Internet
E-Mail, Suchen, WWW, ...

Kinder und Jugendliche
Kultur, Nachrichten und Medien, ...

Kultur
Film, Literatur, Musik, ...

Medien
Fernsehen, Zeitungen, ...

Online-Shops
Bekleidung, Bücher, Musik, ...

Spiele
Brett-, Computer-, Rollen-, ...

Sport
Fußball, Pferde, Wasser-, ...

Wirtschaft
Beschäftigung, Land- und Forst-, ...

Wissen
Abk., Bildung, Wörterbücher, ...

Wissenschaft
Mathematik, Psychologie, ...

Zuhause
Garten, Haustechnik, Kochen, ...

Regional
Deutschland, Österreich, Schweiz, Europa, Afrika, Amerika, Asien, Australien und Ozeanien, ...

Werde Editor Hilf das größte von Menschen editierte Verzeichnis des WWW zu erstellen.

Copyright 1999-2007 Netscape, ODP dmoz.de/ [at/](#)([ch](#))-[Team](#), [tschild](#) [Editorforum](#)

Suchmaschinen / Webkataloge

- ▶ Funktionsweise Suchmaschinen:
 - ▶ Durchsuchen Web, sammeln Informationen (Robot, Spider)
 - ▶ Indizieren Informationen (Volltextsuche)
 - ▶ Auswertung der Suchanfrage
 - ▶ Sortierung Ergebnisse nach verschiedenen Kriterien
 - ▶ Anmeldung der URL nicht (immer) erforderlich

z.B. [Google](#), [AltaVista](#)

Suchmaschinen / Webkataloge

- ▶ b2b-productfinder: Kombination beider Welten
- ▶ Verzeichnis nach Firmen, Branchen, ...
- ▶ Durchsucht Webseiten
- ▶ Verknüpfung Suchergebnisse mit Verzeichnisdaten (Adresse, Branche, ...)



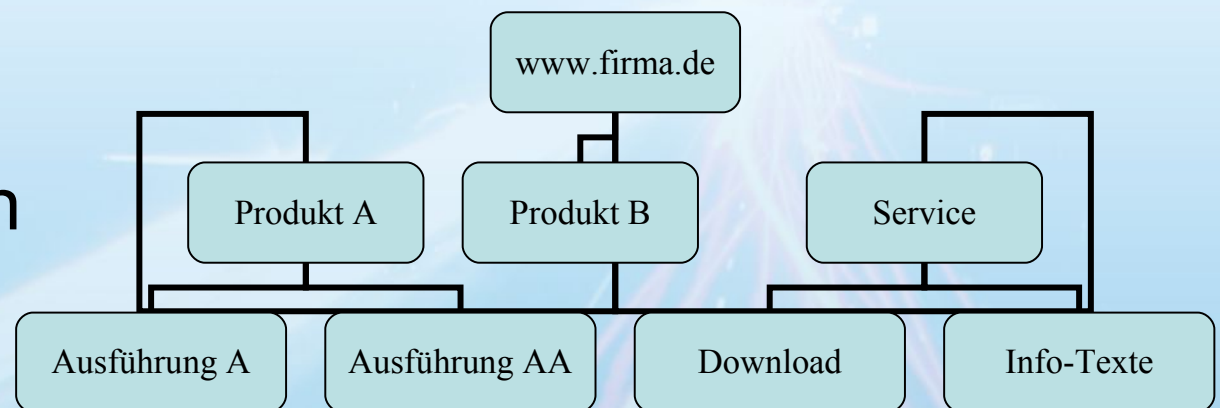
Suchmaschinen / Webkataloge

- ▶ **85%** der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen um **gezielt Websites zu suchen**.
- ▶ **90%** der Suchenden klicken nur auf die **ersten 30 Treffer**.
- ▶ **50%** der Nutzer haben eine **feste Kaufabsicht** und möchten sich dafür bestmöglich informieren.

Grundüberlegungen

- ▶ Domainname
 - ▶ Passend zu Firma / Angebot wählen
 - ▶ Falls mehrere Wörter, mit Bindestrichen trennen (z.B. www.firma-mustermann.de)

- ▶ Verzeichnisstruktur
 - ▶ Oft nur Seiten oberster 2-3 Ebenen im Suchindex (flache Struktur)



Grundüberlegungen

- ▶ Keine „Baustellen“
 - ▶ Schreckt Besucher und Suchmaschinen ab
 - ▶ Zumindest rudimentäre Kontaktdaten, Produkt- bzw. Dienstleistungs-Informationen
- ▶ Inhalte
 - ▶ Suchmaschinen wollen „was zu lesen“
 - ▶ Aktuelle / informative Inhalte werden bevorzugt
- ▶ Relevante Begriffe finden
 - ▶ Freunde, Mitbewerber, Keyword-Datenbanken, ...

Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

▶ Search Engine Optimization

Methoden, die dazu dienen, Webseiten bei betreffenden Suchbegriffen in den Ergebnisseiten von Suchmaschinen auf höheren Plätzen erscheinen zu lassen [...] und für Vernetzung der Internetpräsenz durch Verlinkung im Web zu sorgen.

(Quelle: Wikipedia)

Durchsuchbarkeit

- ▶ Seiten gut indizierbar?
 - ▶ „Sauberes HTML“ (technisch und strukturell korrekt)
 - ▶ Inhalte und Links gut auslesbar
- ▶ Welche Teile nicht „findbar“?
 - ▶ Bilder, Animationen, ...?
 - ▶ Welche Links sind nicht erreichbar?
- ▶ Viele Seiten indiziert?

Durchsuchbarkeit

- ▶ Sitemap
 - ▶ Häufig nicht verwendet
 - ▶ Enthält Links zu allen Seiten
 - ▶ Verbessert / erleichtert Indizierbarkeit
 - ▶ Automatische Generierung z.B. bei vielen Content-Management-Systemen (CMS) möglich
 - ▶ Einfache „Linkliste“ oder besser im XML-Format (teilweise als „Google Sitemaps“ bekannt)

Durchsuchbarkeit

- Offizieller Standard für XML-Sitemap (www.sitemaps.org)
- Klare Strukturierung, (optionale) Zusatzinformationen
- Von vielen unterstützt; u.a. Google, Yahoo!, Microsoft

```
<url>  
  <loc>http://www.example.com/</loc>  
  <lastmod>2005-01-01</lastmod>  
  <changefreq>monthly</changefreq>  
  <priority>0.8</priority>  
</url>  
<url>  
  <loc>http://www.example.com/catalog.htm</loc>  
  <changefreq>weekly</changefreq>  
</url>
```


Durchsuchbarkeit

- ▶ Grafiken
 - ▶ Suchmaschinen suchen nach „Textinformationen“
 - ▶ Selbst Links in „Imagemaps“ (klickbare Bildbereiche) teilweise problematisch

- ▶ Daher:
 - ▶ Keine wichtigen Inhalte (nur) in Grafiken
 - ▶ Alternativ-Texte („alt-Tags“) einbauen
 - ▶ Link-Alternativen anbieten

Durchsuchbarkeit

- ▶ Frames
 - ▶ Suchmaschinen durchsuchen (teilweise) keine Frames
 - ▶ Evtl. wird nur Rest der Seite (ohne Frames) indiziert
 - ▶ Suchtreffer führen Besucher ggf. auf „Seiten ohne Navigation“
- ▶ Daher:
 - ▶ Frames vermeiden / wohl überlegt einsetzen
 - ▶ Optimalen NoFrame-Text einbauen
 - ▶ Link zur Sitemap einbauen

Durchsuchbarkeit

- ▶ JavaScript / AJAX
 - ▶ Verwendet um „dynamisch“ Inhalte zu verändern / laden
 - ▶ JavaScript auch z.B. um „Popups“ zu öffnen
 - ▶ Suchmaschine kann kein JavaScript „ausführen“
 - ▶ JavaScript-Links können nicht verfolgt werden
- ▶ Daher:
 - ▶ Wichtige Inhalte nicht mit JavaScript / AJAX nachladen
 - ▶ (Link-)Alternativen anbieten
 - ▶ NoScript-Tags verwenden

Durchsuchbarkeit

- ▶ Flash / Java
 - ▶ Durch Suchmaschinen nicht indizierbar
 - ▶ Links können nicht verfolgt werden (problematisch besonders z.B. bei Navigationsleisten)

- ▶ Daher:
 - ▶ Keine wichtigen Inhalte in Flash-Filmen / Java-Applets
 - ▶ Nicht / wohl überlegt einsetzen
 - ▶ (Link-)Alternativen anbieten

Durchsuchbarkeit

- ▶ robots.txt
 - ▶ Angaben was (nicht) durchsucht werden soll
 - ▶ Kein Schutz (!) - aber Empfehlung an Suchmaschinen
 - ▶ Indizierung auf wesentliche Inhalte lenken

```
User-agent: *  
Disallow: /temp/           # kurzlebig / unwichtig  
Disallow: /logfiles/  
Disallow: /bilder/  
Disallow: /cgi-bin/       # dynamische Ausgaben nicht indizieren  
Disallow: /news.html     # ändert sich täglich
```

Durchsuchbarkeit

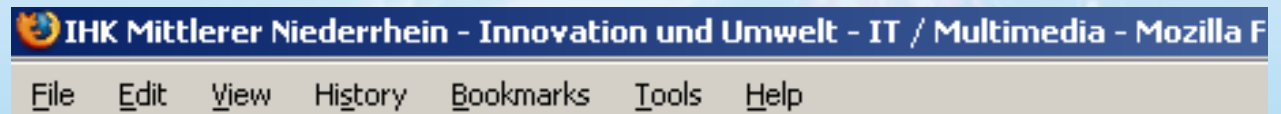
- ▶ Session-IDs
(z.B. <http://example.com/abc.htm?sid=12345>)
- ▶ Verwendet um Seitenabrufe einem Besucher zuzuordnen
- ▶ „Zufällig“ generiert, begrenzte Zeit gültig
 - ▶ Suchmaschinen erfassen Seiten ggf. über Tage/Wochen in mehreren Teilen
- ▶ Identische URLs, aber unterschiedliche Session-IDs
 - ▶ Suchmaschinen verwirrt; Seiten ggf. mehrfach im Index

Optimale Struktur

- ▶ Thema der Seite(n) definieren
- ▶ Inhalte klar strukturieren
 - ▶ Titelzeilen, Inhaltsbereiche, ...
- ▶ Inhalte für Suchmaschinen lesbar platzieren
- ▶ Texte optimieren
 - ▶ Prägnant formuliert
 - ▶ Das wichtigste zuerst
 - ▶ Schlüsselbegriffe gezielt verwenden

Optimale Struktur

- ▶ Relevante Suchbegriffe isolieren (wenige!)
- ▶ Platzierung gezielt in
 - ▶ Teil der Domain
 - ▶ Teil der URL (z.B. „.../pauschalreisen.html“)
 - ▶ Meta-Tags im Kopf der Seite
 - ▶ Keywords, Beschreibung, Geo-Tags, ...
 - ▶ Titelzeile
 - ▶ Überschriften, hervorgehobene Texte (Fettschrift), ...



Relevanz / Pagerank

- ▶ Suchmaschinen sortieren Ergebnisse nach Relevanz und Pagerank
- ▶ Unterschiedlich gewichtete Kriterien:
 - ▶ Fundstellen für Suchbegriffe (Domain/URL, Überschriften, Fließtext, ...)
 - ▶ Verweise von anderen Seiten / Website (Anzahl Links, Relevanz jener Seiten, Themenbezug, ...)
- ▶ „Wichtigkeit“ - z.B. nach Google Pagerank



Relevanz / Pagerank

- Relevanz / Pagerank erhöhen durch
 - Anmelden bei Katalogseiten (z.B. [dmoz / Open Directory](#))
 - Anmelden bei (relevanten) Suchmaschinen
 - Querlinks von / zu relevanten Seiten
 - Links in Weblogs / Foren-Beiträgen ggf. sinnvoll
 - Linkfarmen o.ä. vermeiden
 - Aktualität der Inhalte

Qualität statt „faule Tricks“

- ▶ Kein Suchmaschinen-„Spamming“ etc.
- ▶ „Faule Tricks“ können zeitweise funktionieren.
- ▶ Aber Suchmaschinen „rüsten nach“.
- ▶ Entdeckte „Spammer“ werden ggf. ausgesperrt.

Auf Qualität setzen!

Qualität statt „faule Tricks“

- ▶ Weiterleitungsseiten vermeiden
 - ▶ Inhalt ist hier oft nicht relevant
- ▶ Keine „Unsichtbaren Texte“
 - ▶ Text in gleicher Farbe wie Hintergrund
 - ▶ Text in „1-Punkt-Größe“
- ▶ Vorsicht mit Markennamen, Begriffen der Mitbewerber, ...
 - ▶ Kann auch rechtliche Folgen haben!

Weg zur erfolgreichen Website

- ▶ Grundfragen klären
 - ▶ Inhalte, relevante Suchbegriffe, ...
 - ▶ Inhalte/Texte und Technik optimieren
 - ▶ 20% Technik, 80% inhaltliche Arbeit
- ▶ Reporting, Analyse, Optimierung (regelmäßig erneuert)
- ▶ Geduld!
- ▶ Ergänzend aktive Vermarktung (Adwords, ...)

Praxis-Test

- ▶ Live-Test ihrer Websites (Plenum)
- ▶ Individuelle Website-Checks

Verwandte Themen

- ▶ Domain-Portfolio
- ▶ Aktives Marketing
(Adwords, Werbung in Themen-Portalen, Beteiligung z.B. an Blogs / Diskussionen zum Thema, ...)
- ▶ Besucher- / Zugriffsanalyse
(AWStats, Google Analytics, ...)
- ▶ Google Webmaster-Tools
- ▶ Spezialisierte Partner für Text- und Technik-Optimierung

Danke für ihre Aufmerksamkeit!

Folien verfügbar unter:

[http://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/ftp/
innovation_umwelt/online_marketing/](http://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/ftp/innovation_umwelt/online_marketing/)

<http://talks.speedpartner.de/>

Fragen?

neufeind (at) speedpartner.de