

Gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Borna, 29. Oktober 2007

Suchmaschinenoptimierung Magie oder Handwerk?

Thomas Wagner (www.mi-service.de)

www.mdc-ecomm.de

mi
marketing internet service



mdc-ecomm

Mitteldeutsches Kompetenzzentrum für
den elektronischen Geschäftsverkehr





Der Referent

Thomas Wagner
Diplomwirtschaftsingenieur (FH)

mi-service.de
Wagner & Klages GbR
Marketing Internet Service

Delitzscher Straße 74
04129 Leipzig

Telefon: 0341 246 62 59-3
Telefax: 0341 246 62 59-9
wagner@mi-service.de
www.mi-service.de





Agenda

- Kurze Einführung
- Beispiele
- Was kann ich optimieren?
- Was mache ich danach?



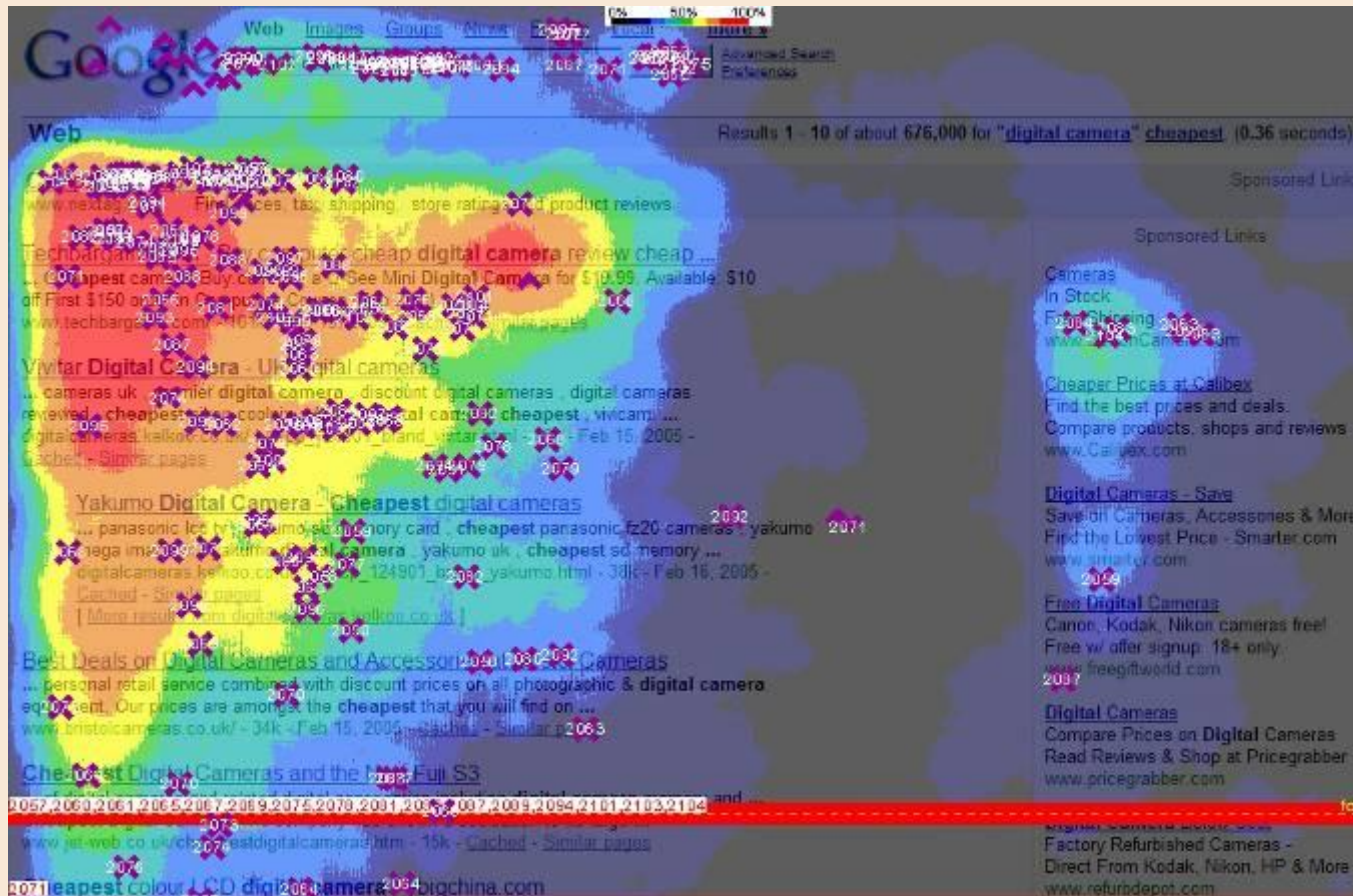
Warum Suchmaschinenoptimierung?

- 85% der Internetnutzer benutzen Suchmaschinen, um Webseiten zu finden.
- 90% schauen sich nicht mehr als die ersten 30 Links an.
- Suchmaschinen-Optimierung in Europa immer noch unterschätzt
- Bei dem Suchbegriff „**Stellenvermittlung Leipzig**“ gab es ca. **20.000 Treffer**.

Wie komme ich auf Platz 1? Und warum soll ich auf Platz 1?



Platz 1? Wirklich nötig?





Zahlen und Fakten

- Die ersten drei Suchergebnisse werden von jedem wahrgenommen
- Schon der 10. Suchplatz wird nur noch von jedem fünften Benutzer beachtet.
- Mehr als 3 - 5 Suchergebnisseiten werden nicht angeschaut.

- Ein Klick ist dann natürlich immer noch eine andere Geschichte.

- Seitliche Adwords: Nur jeder 2. nimmt hier den 1. Platz wahr.

(Quelle: Evertracking Studie)



Deutschland = Googleland?

Kurz und knapp: **JA!**

Nr.	Suchmaschine	Hits	Grafik	%
1.	Google	609229		76.9%
2.	Google Bildersuche	100556		12.7%
3.	LiveSearch MSN	29822		3.8%
4.	Yahoo !	12000		1.5%
5.	T-Online Suche	11284		1.4%
6.	AOL	8264		1%
7.	MSN	6122		0.8%
8.	ICQ Search	3727		0.5%
9.	Freenet.de	1019		0.1%
10.	Ebay Suche	892		0.1%
11.	de.ASK.com	892		0.1%
12.	Web.de Suche	748		0.1%
13.	Lycos	720		0.1%

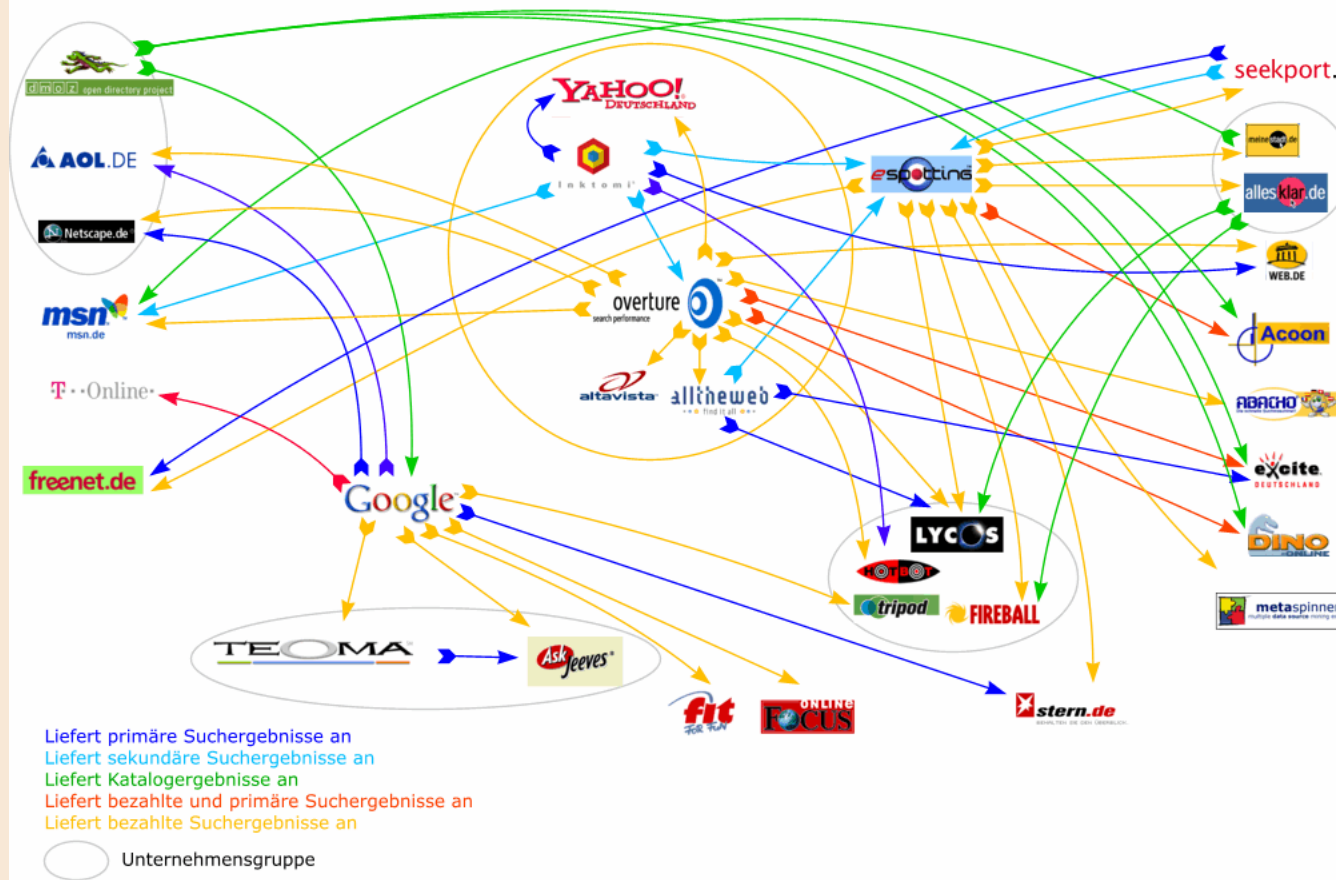
*Für die Suchmaschinen Statistik wurden **792266 Datensätze** untersucht.*

*Diese Suchmaschinen Statistik ist für den Monat: **September 2007***



Vernetzung der Suchmaschinen

Beziehungsgeflecht der Suchdienste in Deutschland und international, Stand 17.12.2004

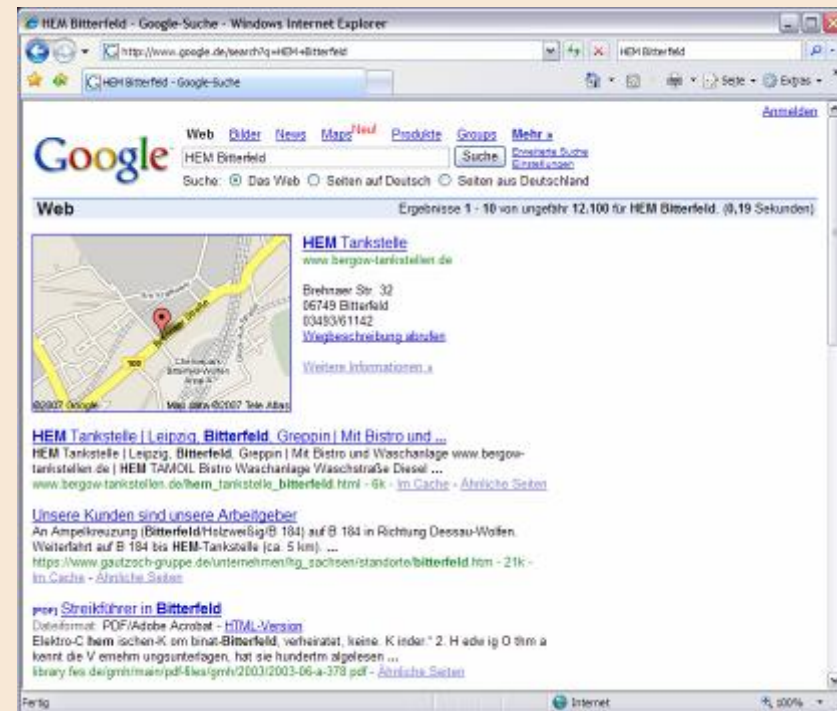
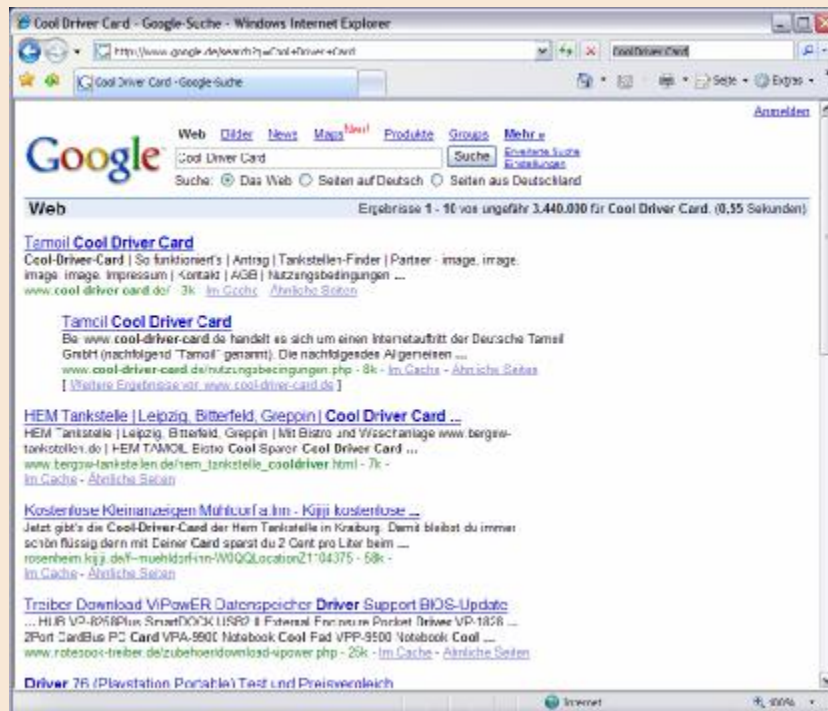




Suchmaschinenbeispiel I – www.bergow-tankstellen.de

„Cool Driver Card“
Platz 3 bei Google

„hem bitterfeld“
Platz 1 bei Google

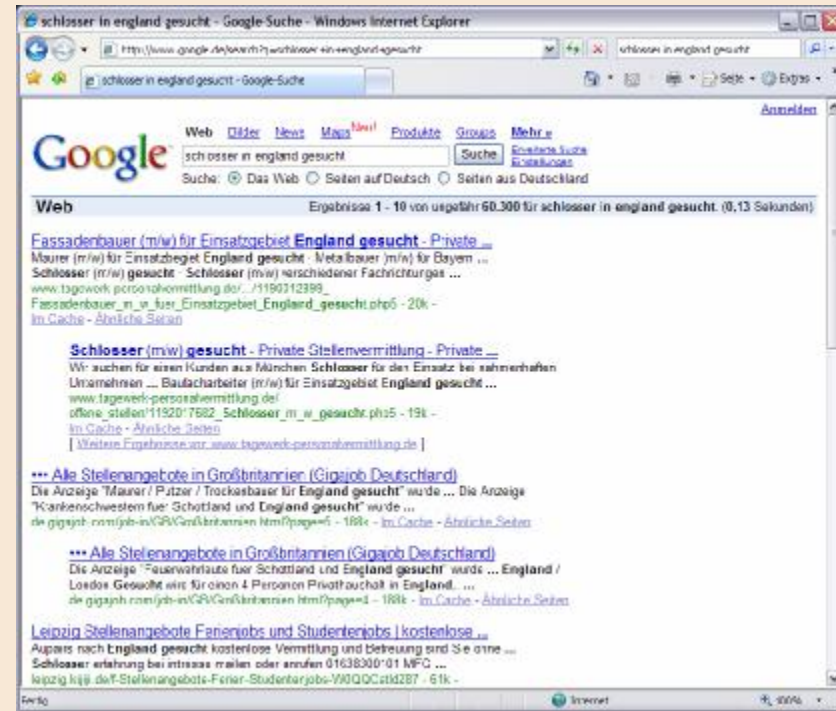
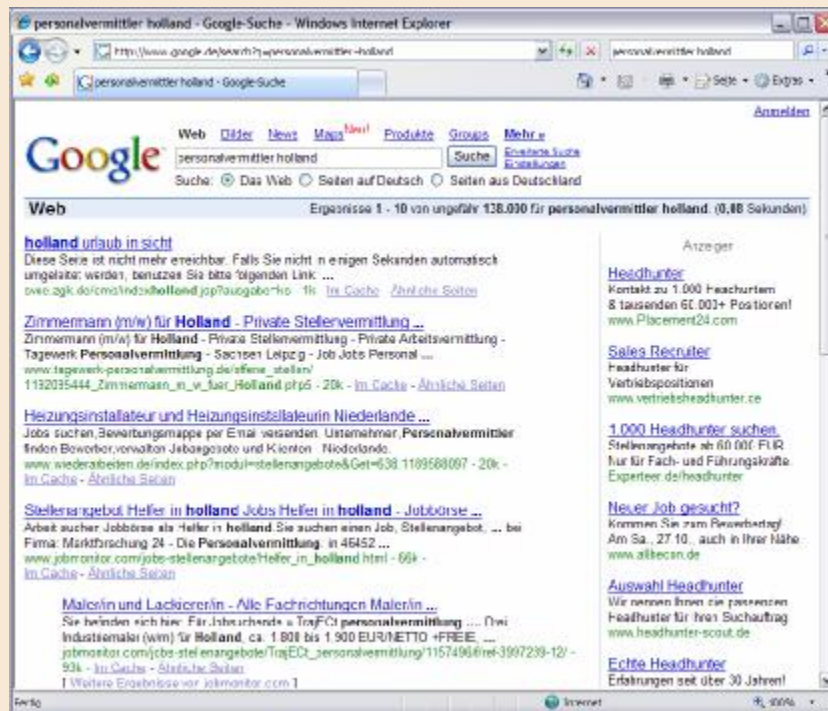




Suchmaschinenbeispiel II – www.tagewerk-personalvermittlung.de

„personalvermittler holland“
Platz 2 bei Google

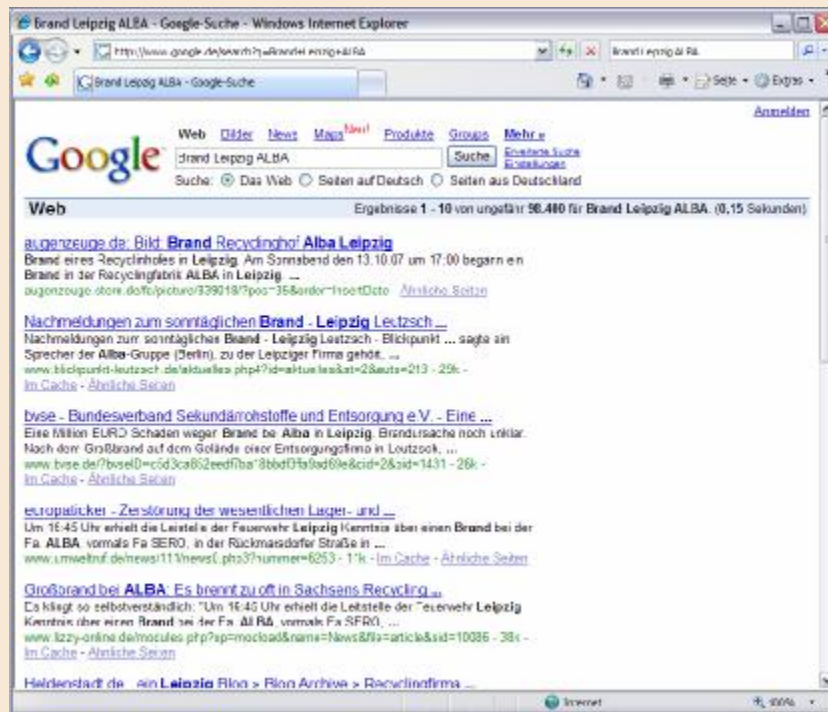
„schlosser in england gesucht“
Platz 1 bei Google



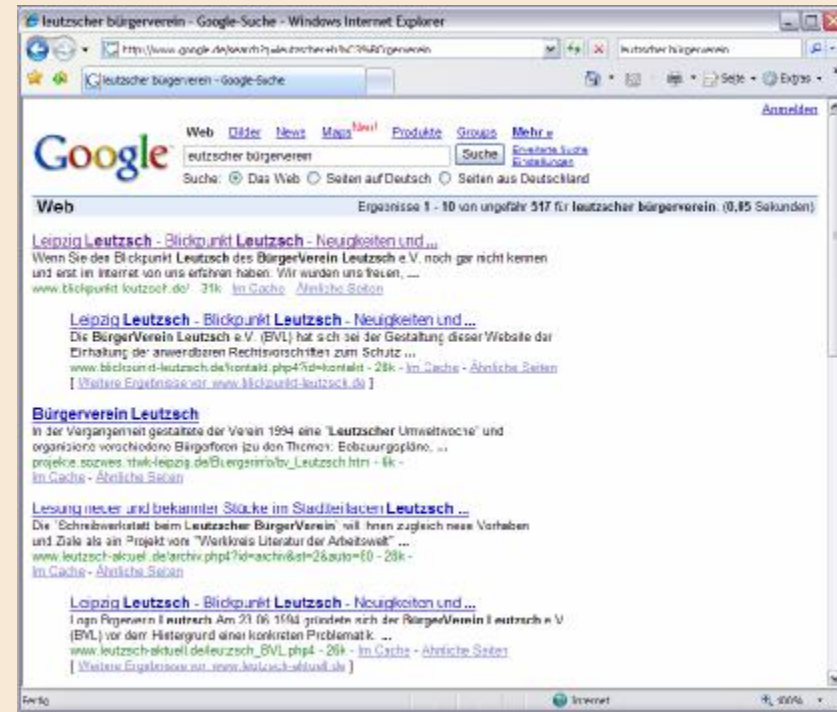


Suchmaschinenbeispiel III – www.blickpunkt-leutzsch.de

„Brand Leipzig ALBA“
Platz 2 bei Google



„leutscher bürgerverein“
Platz 1 bei Google





Wer ist für die Optimierung verantwortlich?

- **Grundsätzlich: Immer der Programmierer.**
- Suchmaschinenoptimierung ist integraler Bestandteil der Seitenentwicklung.
- Nachträglich nur schwer zu lösen. Es ist meist ein Eingriff in den Quellcode nötig.
- Aufwand bei frühzeitiger Einbindung in die Entwicklung gering.
- Spätere Änderungen sind dann nur noch nötig bei Änderungen im Focus der Präsentation und / oder bei Neuigkeiten im Suchmaschinendesign.



Haben Suchmaschinen Regeln?

- Spider oder Robots lesen den Quelltext einer Webseite
 - Bewertung mittels Ranking-Algorithmus (unbekannt und ändern sich)
 - Index wird aufgebaut und in Datenbank abgelegt.
 - Es gibt keine allgemeingültige Formel, um Platz 1 zu erzielen.
 - Jede Suchmaschine arbeitet etwas anders.
-
- **Konzentration auf Weniges und Wichtiges**
 - **Frage: "Welche Suchbegriffe nutzt die Zielgruppe?"**
 - **Frage: „Welchen Inhalt will ich vermitteln?“**



Was ka

Zentrales Grünauer Stadtteilfest und Kulturmarkt im Schönauer Park vom 24. bis 26. August 2007 - Windows Internet Explorer

1

2

Quartiersmanagement
Grünau entwickeln



3

Start Aktuelles Nachschlag Quartiersmanagement Verfügungsfond Quartiersrat Kontakt

4

Archiv

Zentrales Grünauer Stadtteilfest und Kulturmarkt im Schönauer Park vom 24. bis 26. August 2007



5

Gemeinnützige Vereine und Initiativen, Schulen, städtische Einrichtungen und Gewerbetreibende stellen sich auch in diesem Jahr wieder den Grünauern während des zentralen Grünauer Stadtteilfestes und des Kulturmarktes im Schönauer Park vor. Dieser wird erneut Treffpunkt von kultur- und kunstinteressierten Grünauern mit kleinen und großen, professionellen oder Künstlern.

Auch in diesem Jahr wird den Gästen einiges geboten:

Der **Freitag** ist der **Jugendtag**. Die IG pop... wet das Festival „so oder so 2007“.

Der **Samstag** wurde zum **Familientag** er... es eine Vielzahl von Veranstaltungen für die ganze Familie gibt. Am Samstag... and "BERLUC" bildet ein gigantisches Höhentfeuerwerk den Höhepunkt.

Der **Sonntag** bildet den Abschluss des Stadtteilfestes. Thema an diesem Tag sind die **Senioren**. Nicht desto trotz wird für alle Besucher ein buntes Rahmenprogramm geben.

Das Quartiersmanagement Grünau als Mitorganisator des Festes wünscht allen Besuchern drei spannende Tage und den Akteuren viel Erfolg!

Das gesamte Programm finden... in downloaden.
Programm Parkfest 2007.pdf

7

Zurück zur Menüschleife
Mensch vom 14.08.2007, Autor: Julia Kretzschmar (Stadtteilmoderatorin Grünau)

Wir machen uns 'ne Platte!

7 Tage das Quartiersmanagements
Im Auftrag der Stadt Leipzig

ZAROE

Programm
Stadte Stadt

comm



Valid HTML-Code? www.w3.org

- Fehlerfreie Seiten sind schneller geladen, sind zugänglicher und leichter einzulesen, zum Beispiel für Suchmaschinen - ein wichtiges Argument, wenn eine Website auch Erfolg haben soll.



- **Standardkonforme Seiten sind nur in Handarbeit möglich?**
 - Wer mit Frontpage arbeiten muss, hat keine Chance
 - Macromedias Dreamweaver haben kein Problem
- **Standardkonforme Seiten machen mehr Arbeit?**
 - Im Gegenteil. Standards sind die gemeinsame Basis auf der alle Webseiten stehen. Wer sich daran hält, hat weit weniger mit unterschiedlichen Browserversionen zu kämpfen.
 - Man muss weniger testen.



URL

- Vergeben Sie eine aussagekräftige Adresse!
- Schlechte Aussagekraft: www.tagewerk.de
- Besser: www.tagewerk-personalvermittlung.de
- Besser: www.stellenvermittlung-personalvermittlung.de
Aber: Diese Domain ist zum Tippen unpraktisch. Hier sollte mit mindestens 2 Domains gearbeitet werden.
- Bei regionalem Bezug: www.personalvermittlung-leipzig.de
- Suchmaschinen auch die Adresse aus.
- aussagekräftigen Domain-Namen mit wichtigsten Suchbegriffen wählen.



Seitentitel... <title>

- Der Suchbegriff „index.htm“ bringt ca. 165.000.000 Treffer!



- Besser:





Aufbau des Inhaltes / Überschriften... <H1>

- Die Suchmaschinen bewerten Schlüsselwörter nach deren Position und Anteil am gesamten Text.
- Der Anfang der Seite wird am stärksten bewertet. Manche Suchmaschinen lesen nicht mal bis zum Ende.
- Fakten und Schlussfolgerungen am Anfang schreiben und danach erst ins Detail gehen.
- Das Wichtigste zuerst!
- Schlüsselwörter in <H1> .. <H6> Überschriften werden von den Suchmaschinen stärker gewichtet als gewöhnlicher Text.



Fettschrift... ``

- Fett ausgewiesener Text ist wichtiger als normaler Fließtext. Aber auch hier gibt es Fallen:
`Dies ist fett geschriebener Text`
`Dies ist auch fett geschriebener Text`
- `` steht für „bold“, also Fettgedruckt
- `` steht für „wichtig“



Verlinkungen.... <a> / Bilder...



23.10.2007

1. Mitteldeutsche Berufsorientierungskonferenz

Am 8. November 2007 lädt die Initiative B.O.S.S. gemeinsam mit der Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland GmbH und dem BMW Werk Leipzig sowie der Euro-Schulen-Organisation und dem Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft zur 1. Mitteldeutschen Berufsorientierungskonferenz in die Konferenzetage des MDR Hochhauses, 13. Stock, Kantstr. 71-73, Leipzig ein.

[mehr]

- **Falsch:**

```
<a href="link.html"></a>
```

- **Richtig:**

```
<a href="1MitteldeutscheBerufsorientierungskonferenz.html" title="Link zu Weitere Informationen: 1. Mitteldeutsche Berufsorientierungskonferenz"><img src=„foto_1_mitteldeutsche_berufsorientierungskonferenz.jpg" width="120" height="120" border="0" alt=„Foto: 1. Mitteldeutsche Berufsorientierungskonferenz"></a>
```



Dokumente.... PDF, etc.

- Suchmaschinen lesen gängige Datenformate (DOC, PDF)
- Das ist eine **Gefahr** aber auch eine **Chance**.
- **Gefahr:** Nichöffentliche Dokumente, Kundendaten, Interna
- **Chance:** Auslagerung von „Randinformationen“ die den Rahmen der Internetseite sprengen (Betriebsanleitungen, Zusatzinformationen, Lange Artikel, ..)



[PDF] [Aufaktveranstaltung Quartiersmanagement Grünau ...](#)
Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)
Verwaltung: **QM Grünau**. Verteilung: 5.000 Euro für direkte Vergabe durch QM ...
Antragstellung und Abrechnung: über **QM Grünau**. Verf. Verfügungsfond ...
www.qm-gruenau.de/download/PraesentationAufaktveranstaltung14032007.pdf -
[Ähnliche Seiten](#) - [Notieren](#)
[[Weitere Ergebnisse von www.qm-gruenau.de](#)]



Alles META?

- META-TAGs stehen für den Benutzer versteckt im Kopf jeder Internetseite
- Sie enthalten Informationen wie Suchbegriffe, Ersteller, Betreiber, Copyright...
- Aber: Google und Yahoo benutzt die META-TAGS im Moment nicht, trotzdem sollten diese optimiert werden, die Einstellung der SuMa kann sich ändern
- **Wie optimieren? Hier ein paar wichtige Befehle:**
- **keywords:** Hier nur Suchwörter nehmen, die auch im Textzusammenhang sind
- **description:** Hier eine kurze Erläuterung der Seite, SuMa lesen diese oft aus und stellen sie im Suchergebnis da (max 70 - 80 Zeichen)



Inhalt! / Verlinkungen

- **Bieten Sie der Suchmaschine Inhalt!**
- Je mehr Seiten, je mehr (sinnvoller) Inhalt, desto interessanter für die SuMa.
- Verteilen Sie Inhalt auf mehrere Seiten.
- Stellen Sie immer wieder aktuelle Informationen ins Netz. Je mehr Aktuelles, desto öfter kommt die SuMa.

- **„Das wertvollste Gut im Netz ist der Link.“**
- Je mehr (thematische) Links auf Ihre Seite zeigen, desto besser
- Je wichtiger die verlinkende Seite ist (z.B.: Produktportale, Handwerkerportale, etc.) desto wichtiger stuft Sie die SuMa ein
- **Aber:** Links müssen Qualität haben!



Content Management Systeme

- Viel Inhalt liegt meist in Content-Management-Systemen (CMS)
- Hier entstehen oft Links wie der:

forum/2.php?t=42&id=2462&user=asdf

Besser:

forum/4/2/462.php

forum/deutsch/thema/headline.html

- Suchmaschinen lesen diese Links, allerdings eher „zögerlich“.
- Ein Hindernis ist es aber nicht.





Seite optimiert und nun?

- **Was kommt nachdem ich meine Seite optimiert habe?**
 - Erstellen von Sitemaps
 - Anmelden der Seiten von Hand
 - Regelmäßige Kontrolle des Suchmaschinen-Status
- Immer wieder neue Verlinkungen auf die eigene Seite generieren
- Inhalte regelmäßig aktualisieren



Rankingkriterien

- Wo steht ein eingegebenes Suchwort?
 - in der URL,
 - im Titel, Meta-Tags,
 - im Text, Link, Alt-Tag
- Häufigkeit des Suchwortes ist entscheidend.
- Auszeichnung des Suchwort - als Überschrift, Fett, nur einfacher Text
- Wo stehen inhaltlich zusammengehörige Begriffe?



Link-Popularität – Wer verlinket auf mich?

- Externe Seiten können für das Ranking wichtiger als Seiteninhalte sein.
- Google hat als Bewertungs-Maßstab den PageRank eingeführt.
- Wenn viele Websites zu einer bestimmten Website einen Link setzen, dann muss diese sehr populär sein und attraktive Inhalte bieten.
- Wenn dann diese verlinkte Website wiederum einen Link zu einer anderen Website setzt, dann muss auch diese Website populär und wichtig sein.
- Link von tagesschau.de zählt mehr als 50 Links von unwichtigen Websites.
- Bei möglichst vielen (seriösen) Verzeichnissen eintragen!



Wo anmelden?

- Bei den wichtigsten Suchmaschinen von Hand anmelden (Google Yahoo, MSN)
- Erstellen von Sitemaps und diese anmelden (Google, Yahoo)
- Eintragen in Branchenverzeichnissen (lokal, regional, überregional, produkt-, fachspezifisch)



Wann an melden?

- Seiten erst anmelden, wenn diese fertig und optimiert sind!
- Ungeduld führt oft zum Verschenken von Wochen oder Monaten.
- Um Missbräuche zu reduzieren, haben Suchmaschinen in den letzten Jahren vermehrt den Eintrag erschwert.



So nicht!

- Die nachstehenden Techniken werden von Suchmaschinen als Spam betrachtet und sollten nicht eingesetzt werden (Auswahl):
 - Viele Domains, die identische oder sehr ähnliche Inhalte haben
 - Unsichtbarer Text , Unsichtbare Links
 - Zu häufiges Benutzen von Keywords
 - Gebrauch von Keywords, welche nichts mit dem Inhalt zu tun haben



Und was macht die Konkurrenz?

- Seiten der Konkurrenz analysieren
- Gut platzierte Seiten genauer anschauen
- Gezieltes Eingehen auf Tippfehler
- Mit welchen Suchbegriffen findet man Ihre Seiten?



Geschafft!

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit

und beantworte Ihnen gerne alle Fragen.

Den vollständigen Vortrag finden Sie unter **www.mi-service.de** im Downloadbereich („Suchmaschinenoptimierung“)